

# **Quelles actions pour quels publics ? Enquête auprès des « non-membres » du Groupe romand de la CLP**



Schweizerische Arbeitsgemeinschaft der öffentlichen Bibliotheken (SAB)  
Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique (CLP)

**Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES**

par :

**Béatrice WERNER**

Conseiller au travail de Bachelor :

**Michel GORIN, Chargé d'enseignement HES**

**Genève, 25 août 2014**

**Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)**

**Filière Information documentaire**

## Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre Bachelor of Science HES-SO en Information documentaire.

L'étudiant a envoyé ce document par email à l'adresse remise par son conseiller au travail de Bachelor pour analyse par le logiciel de détection de plagiat URKUND, selon la procédure détaillée à l'URL suivante : [http://www.orkund.fr/student\\_gorsahar.asp](http://www.orkund.fr/student_gorsahar.asp).

L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seule le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 25 août 2014

Béatrice Werner

## Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement toutes les personnes qui m'ont consacré du temps, m'ont soutenue et aidée dans la réalisation de ce travail, notamment :

Michel Gorin, mon conseiller pédagogique et mandant, pour son intérêt, sa disponibilité et ses précieux conseils.

Christophe Bezençon et Igor Milhit, assistants à la Haute école de gestion de Genève pour leurs aide et conseils lors de l'élaboration du questionnaire.

Valérie Bressoud Guérin, Béatrice Perret Anadi, Géraldine Voirol, membres du comité romand de la CLP, Michel Gorin, vice-Président et Laurent Voisard, Président du Groupe romand de la CLP, pour avoir répondu à mes nombreuses questions lors de l'établissement de l'état des lieux du Groupe romand de la CLP et en aval du questionnaire.

De manière générale, tous les membres du comité romand de la CLP pour leur accueil et leurs encouragements.

Olivier Moeschler pour avoir accepté d'être mon jury.

Jasmin Hügi et Maurizio Velletri, assistants à la Haute école de gestion de Genève et Christine Diacon, Pauline Melly et Frédéric Sauge, étudiants à la Haute école de gestion de Genève pour leurs remarques pertinentes lors du pré-test du questionnaire.

Les nombreuses personnes ayant répondu au questionnaire sans qui l'enquête n'aurait pu se faire.

Enfin, mon ami, Denis Lancoux et ma famille, notamment Garance Silhol, Oriane Chambet, Isabelle Lapouge-Werner et Joséphine Reinaud pour leur soutien indéfectible et leurs conseils avisés.

## Résumé

De nombreuses associations professionnelles rencontrent, à un moment ou à un autre et à plus ou moins grande échelle, des difficultés dans le recrutement de leurs membres. Travaillant bien souvent sur un modèle de milice, ces derniers prennent sur leur temps libre des heures précieuses pour faire avancer leurs causes. Le Groupe romand de la Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique (CLP) n'échappe pas à la règle. Les publics auxquels il s'adresse évoluent dans un environnement économique et technologique qui subit, tout comme l'ensemble de la société, des changements rapides et parfois radicaux. Pour prospérer, le Groupe romand de la CLP cherche à évoluer avec ses publics et à se situer parmi les offres multiples qui se présentent à eux. Ces offres sont autant le fait d'autres associations en sciences de l'information que des nouvelles manières de capitaliser de l'expérience et des connaissances par des réseaux parallèles.

Ce travail de Bachelor, après avoir sondé les besoins des bibliothécaires de lecture publique et scolaires romands non membres de la CLP, examine des moyens de répondre à leurs attentes afin de les amener à devenir membres et à prendre une part active dans l'association, lui permettant ainsi de mieux remplir les missions qui sont les siennes.

# Table des matières

<b>Déclaration.....</b>	<b>i</b>
<b>Remerciements .....</b>	<b>ii</b>
<b>Résumé .....</b>	<b>iii</b>
<b>Liste des tableaux .....</b>	<b>vii</b>
<b>Liste des figures.....</b>	<b>vii</b>
<b>1. Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Mandat et objectif .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Méthodologie .....</b>	<b>4</b>
<b>3.1 Choix des méthodes.....</b>	<b>4</b>
<b>3.2 Méthodologie pour les entretiens semi-dirigés.....</b>	<b>5</b>
<b>3.3 Méthodologie pour l'enquête par questionnaire .....</b>	<b>5</b>
3.3.1 Objectifs de l'enquête .....	6
3.3.2 Choix du titre .....	6
3.3.3 Problématique.....	6
3.3.4 Hypothèses.....	7
3.3.5 Public cible .....	8
3.3.6 Rédaction des questions.....	11
3.3.7 Pré-test.....	12
<b>4. Environnements interne et externe.....</b>	<b>13</b>
<b>4.1 Etat des lieux .....</b>	<b>13</b>
4.1.1 Ressources.....	13
4.1.2 Activités .....	15
4.1.3 Gestion .....	19
4.1.4 Synthèse.....	20
4.1.4.1 Atouts et faiblesses .....	20
4.1.4.2 Matrice du Boston Consulting Group .....	22
<b>4.2 Environnement externe ou microenvironnement.....</b>	<b>26</b>
4.2.1 Partenaires .....	26
4.2.2 « Concurrents » ou partenaires.....	27
4.2.2.1 Associations professionnelles .....	27
4.2.2.2 Ecoles proposant des formations continues courtes.....	31
<b>5. Enquête.....</b>	<b>32</b>
<b>5.1 Résultats de l'analyse .....</b>	<b>32</b>
5.1.1 « Votre profil » .....	32
5.1.1.1 Régions représentées .....	32
5.1.1.2 Types de bibliothèques .....	33
5.1.1.3 Types de publics.....	35
5.1.1.4 Importance des bibliothèques en termes d'équivalent temps plein .....	37
5.1.1.5 Importance des bibliothèques en termes de nombre de documents .....	38

5.1.1.6	Formation en information documentaire .....	39
5.1.1.7	Conclusion .....	40
5.1.2	« Vos besoins en termes de ressources professionnelles » .....	42
5.1.2.1	Types de moyens privilégiés .....	42
5.1.2.2	Associations professionnelles .....	44
5.1.2.3	Appel à prestations d'associations similaires .....	46
5.1.2.4	Conclusion .....	46
5.1.3	« La CLP et vous » .....	48
5.1.3.1	Connaissance ou méconnaissance de la CLP .....	48
5.1.3.2	Image de la CLP .....	50
5.1.3.3	Facteurs d'adhésion ou de non adhésion .....	52
5.1.3.4	Membre ou non par le passé .....	54
5.1.3.5	Conclusion .....	54
5.1.4	« Tribune libre » .....	56
5.1.4.1	Représentations .....	56
5.1.4.2	Suggestions et remarques .....	57
5.1.4.3	Conclusion .....	57
<b>6.</b>	<b>Revue de prestations et actions menées par des associations similaires à l'étranger .....</b>	<b>58</b>
6.1	Lobbying et bibliothèques scolaires : le cas des Etats-Unis .....	58
6.2	Partenariats et associations bibliothéconomiques : le cas des bibliothèques scolaires dans trois pays d'Amérique du Sud et centrale	60
6.3	Encourager les échanges entre les bibliothèques : une initiative de l'IFLA .....	62
6.4	International School Library Month .....	63
6.5	Une « Avenue des affiches » .....	64
6.6	Critères pour l'évaluation d'un site d'association bibliothéconomique ..	64
<b>7.</b>	<b>Proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations/actions .....</b>	<b>66</b>
7.1	Suggestions d'amélioration des prestations et actions existantes .....	67
7.1.1	Formation .....	68
7.1.2	Réseautage et échanges entre membres et association .....	69
7.1.3	Défense de la profession et amélioration de son image auprès des publics .....	70
7.1.4	Amélioration de l'identité de l'association et du Groupe romand .....	72
7.1.5	Synthèse .....	73
7.2	Suggestions de nouvelles prestations et actions .....	78
7.2.1	Formation .....	78
7.2.2	Réseautage et échanges entre membres et association .....	80
7.2.3	Défense de la profession et amélioration de son image auprès des publics .....	83
7.2.4	Amélioration de l'identité de l'association et du Groupe romand .....	87
7.2.5	Synthèse .....	89
<b>8.</b>	<b>Bilan .....</b>	<b>94</b>

<b>9. Conclusion .....</b>	<b>95</b>
<b>10. Lexique .....</b>	<b>96</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>98</b>
<b>Annexe 1 : Grilles d'entretien.....</b>	<b>104</b>
<b>Annexe 2 : Questionnaire .....</b>	<b>108</b>
<b>Annexe 3 : Tri à plat .....</b>	<b>114</b>

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Hypothèses de travail .....	7
Tableau 2 : Analyse interne.....	20
Tableau 3 : Diagramme BCG .....	23
Tableau 4 : Amélioration des prestations et actions.....	74
Tableau 5 : Nouvelles prestations et actions .....	90

## Liste des figures

Figure 1 : [Q8] Cantons représentés .....	32
Figure 2 : [Q9] Type de bibliothèques.....	33
Figure 3 : [Q10] Type de bibliothèques et [Q11] ETP .....	34
Figure 4 : [Q10] Type de publics.....	35
Figure 5 : [Q13] Type de formations ID et [Q10] type de publics.....	36
Figure 6 : [Q10] Type de bibliothèques et [Q10] type de publics.....	37
Figure 7 : [Q13] Type de formations et [Q11] ETP.....	38
Figure 8 : [Q12] Taille en documents.....	38
Figure 9 : [Q12] Taille en documents et [Q11] ETP .....	39
Figure 10 : [Q13] Type de formations ID (total des réponses) .....	39
Figure 11 : [Q13] Type de formations ID (total des répondants) .....	40
Figure 12 : [Q1] Type de moyens privilégiés.....	42
Figure 13 : [Q1] Type de moyens privilégiés et [Q2] degré de satisfaction .....	43
Figure 14 : [Q3] Membre d'une association .....	44
Figure 15 : [Q13] Type de formations ID et [Q3] membre d'une association.....	45
Figure 16 : [Q3.1] Appel à prestations offertes .....	46
Figure 17 : [Q4] Connaissance de la CLP .....	48
Figure 18 : [Q13] Type de formations ID et [Q4] connaissance de la CLP.....	49
Figure 19 : [Q4.1] Medium.....	49
Figure 20 : [Q4.2] Image de la CLP .....	50
Figure 21 : [Q5.1-2] Facteurs d'adhésion.....	52
Figure 22 : [Q6] Facteurs de non adhésion .....	53



# 1. Introduction

Une association professionnelle vit du dynamisme de ses membres. Ceux-ci ont des besoins et des attentes qu'il est primordial d'identifier afin d'y répondre au mieux. Par ailleurs, elle joue un rôle important auprès des pouvoirs publics et des citoyens dans la défense et la promotion de la profession qu'elle représente.

En Suisse, les bibliothèques de lecture publique et scolaires ont un statut de service public et appartiennent aux domaines de l'éducation et de la culture. Les bibliothèques scolaires s'adressent aux degrés primaires et secondaires I et II ; les bibliothèques de lecture publique s'adressent à tous les publics, sans restriction. Selon le principe de subsidiarité qui prévaut entre la Confédération et les cantons, chaque canton est compétent en matière d'éducation comme de culture. En ce qui concerne la culture, la Confédération se borne à donner un cadre général et à promouvoir des projets d'intérêt national (Histoire de l'encouragement fédéral de la culture 2012 ; Institutions et lieux de culture en Suisse 2014). Pour ce qui est de l'éducation, les compétences de la Confédération sont aussi limitées. La scolarité obligatoire, qui comprend les degrés primaire et secondaire I, est du ressort de l'instruction publique, elle-même dépendante des cantons ; en ce qui concerne le secondaire II (maturité gymnasiale, école de culture générale et formation professionnelle initiale) qui fait déjà partie du post obligatoire, mais pas encore du tertiaire (Hautes écoles et écoles supérieures), il est également de la compétence de l'instruction publique. Ici, la Confédération a un peu plus de latitude, mais son champ d'action est encore très circonscrit (Le système éducatif suisse 2014). De ce fait, les bibliothèques publiques et scolaires ne sont pas du ressort de la Confédération. Cependant, cela ne signifie pas pour autant qu'elles soient systématiquement du ressort des cantons. Pour les bibliothèques scolaires rattachées à l'instruction publique, elles sont conséquemment dépendante des cantons. Par contre, les bibliothèques publiques peuvent être municipales, régionales, voire cantonales pour des bibliothèques à vocation patrimoniale et publique (InterroGE 2014). Dans ce paysage, certaines bibliothèques font l'objet d'une loi cantonale spécifique, d'autres sont simplement mentionnées dans une loi générale sur la culture et d'autres encore en sont totalement absentes (Estermann Wiskott 2012).

A cela s'ajoute un environnement associatif en science de l'information riche en Suisse romande et le fait qu'il n'est pas toujours aisé d'identifier les spécificités de chaque association. Par ailleurs, dans un contexte économique tendu où règnent des informations de plus en plus abondantes et dématérialisées, ainsi que de nombreux moyens de se les approprier, il n'est pas toujours facile de s'y retrouver. Les

professionnels comme leurs tutelles sont amenés à faire des choix dans le type et le nombre d'associations auxquelles ils s'affilient, ces affiliations étant synonymes d'investissement personnel en termes de temps et de ressources.

La Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique (CLP) est une association qui défend et représente les intérêts des bibliothèques publiques et scolaires en Suisse et des professionnels y travaillant. Elle est composée de trois organes : un comité central et deux groupes linguistiques régionaux, l'un alémanique, l'autre romand, que fédère le comité central. Les prestations et actions menées par ces organes diffèrent, certaines étant du ressort du comité central, d'autres des groupes régionaux.

Le présent travail de Bachelor a été mandaté par le Groupe romand de la CLP qui souhaitait connaître les profils, les besoins et les attentes des non-membres romands de la CLP, ainsi que se voir proposer des actions à mettre en œuvre pour accroître leur adhésion à l'association, le taux d'affiliation demeurant stable depuis quelques années.

Ce travail relate le déroulement de l'enquête que j'ai effectuée auprès des non-membres, la manière dont elle a été construite, les conclusions qui ont pu en être tirées et les actions qui ont été proposées à son issue afin d'attirer de nouveaux adhérents.

Le lecteur n'y trouvera rien de révolutionnaire, mais une volonté affirmée d'amener des solutions dans le sillage des options prises par le Groupe romand, d'en étayer certaines, qui ont peut-être déjà été réalisées par le passé et que je propose de remettre au goût du jour ou vers lesquelles les membres du comité et mes lectures m'ont orientée.

## 2. Mandat et objectif

A la suite du constat que le nombre de ses membres n'augmente pas depuis plusieurs années, le Groupe romand de la Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique a souhaité analyser la situation pour pallier ce qui est ressenti par certains comme un manque de dynamisme. Rattaché à l'organe central de la CLP, le Groupe romand bénéficie d'une grande autonomie dans son organisation et sa gestion. La problématique du recrutement de nouveaux membres est traitée au niveau régional par le Groupe romand mais intéresse également les autres organes de l'association. Elle avait déjà été soulevée en 2008 par le Groupe romand et le souhait de conduire une enquête auprès des « non-membres » de la région formulé (Cardinaux, Christen et Bezençon 2008). Toutefois, il n'avait pu se concrétiser faute de temps. Cette réalisation a été confiée au présent travail de Bachelor. L'enquête doit déboucher sur un ensemble de propositions d'actions à mener en vue de recruter de nouveaux membres. Ce travail s'inscrit dès lors dans une démarche marketing. Celle-ci est ici adaptée au domaine des sciences de l'information et des associations qui diffère sensiblement de celui des entreprises privées dont la recherche de profit et le gain de parts de marché sont les motivations premières. Ce travail vise donc à évaluer les prestations et les actions du Groupe romand de la CLP en regard des offres existantes en Suisse romande et des besoins et attentes des publics cibles identifiés, afin d'optimiser les services offerts et d'élargir la base des membres du Groupe.

Le mandat se divise en deux axes.

Le premier doit permettre une bonne appréhension du fonctionnement du Groupe romand de la CLP, de son contexte et de son public cible. Pour y parvenir, un état des lieux est mené afin de connaître l'organisation du Groupe, son offre de services et son environnement. Dans cette même perspective, une enquête par questionnaire est diligentée et les résultats analysés pour évaluer les profils, les besoins et les attentes des non-membres romands.

Le deuxième axe porte sur l'élaboration de propositions d'actions concrètes à mener en vue d'améliorer la situation. Cette partie s'articule autour d'une sélection de prestations, actions et modes de communication de quelques associations professionnelles bibliothéconomiques et en sciences de l'information à l'étranger, de la conduite d'entretiens semi-dirigés auprès des membres du comité romand et de la lecture de la littérature professionnelle afférente au domaine d'étude, afin de sonder des tendances, de collecter des idées pour l'amélioration ou le développement de nouveaux services, et d'élargir les perspectives à de nouveaux modes de communication.

## **3. Méthodologie**

### **3.1 Choix des méthodes**

Afin de proposer des actions que la CLP pourrait mener en vue d'accroître le nombre de ses affiliés, il convient au préalable d'analyser sa situation, tant interne, qu'externe, ainsi que de passer par un examen de son public cible. Ici, il n'est question que des non-membres, une étude de satisfaction des membres ayant été diligentée en 2008 (Cardinaux, Christen et Bezençon 2008). Ces étapes doivent permettre d'aboutir à un diagnostic utile à la prise de décision finale de la CLP quant aux mesures suggérées (Muet, Salaün 2001, p.13). Ce diagnostic sera donné ci-dessous (point 4.1.4.2) sous forme de matrice BCG.

#### ***L'état des lieux***

L'état des lieux de la CLP est un passage obligé en amont du travail. Il va permettre de comprendre l'environnement interne du mandant. Cette compréhension est indispensable à l'élaboration du questionnaire. L'état des lieux porte sur les ressources, les activités et la gestion de l'association. Il a été complété par une analyse de l'environnement « concurrentiel », ou microenvironnement<sup>1</sup>, à savoir principalement des associations bibliothéconomiques romandes et leurs prestations respectives. Le terme « concurrentiel » n'est toutefois pas très approprié et l'on verra ci-après pourquoi. Pour mener cet état des lieux, trois méthodes ont été utilisées : des entretiens semi-dirigés, la prise de connaissance de la documentation interne à l'association et la lecture de la littérature professionnelle. Ces différentes méthodes permettent d'approcher la réalité de l'association sous plusieurs angles, d'appréhender ses points forts et ses points faibles, de définir les éventuelles lacunes dans l'offre, les convergences et les points de concurrence. Cette première étape est dite exploratoire en ce qu'elle permet d'explorer les différentes facettes d'un problème que l'on ne connaît pas a priori (Fenneteau 2007 ; Muet 2007).

#### ***L'enquête***

La volonté de mener une enquête auprès des non-membres romands s'inscrit dans une deuxième étape du travail. L'enquête est centrale pour esquisser le profil des publics, leurs besoins et leurs attentes éventuelles. Les résultats vont orienter le type d'actions

---

<sup>1</sup> Le microenvironnement est constitué des publics, concurrents et partenaires d'un organisme et s'oppose au macro environnement qui est constitué par l'environnement technologique, géographique, démographique, économique et politico-légal (Ibnlkhayat 2005, p. 370-385)

qui seront proposées au Groupe romand de la CLP. L'élaboration de ce questionnaire s'est faite en quatre temps. Premièrement, la problématique a été énoncée. De cette problématique ont découlé dans un deuxième temps un certain nombre d'hypothèses venant l'expliquer. Le public cible a ensuite été identifié et segmenté. Enfin, des questions ont été formulées en fonction des réponses qu'elles pourraient apporter à la problématique et en tenant compte du public cible.

### ***L'analyse des résultats***

Après la récolte des données par le biais de l'enquête, une troisième étape a été l'analyse des résultats. Cette phase a permis de passer en revue toutes les réponses au questionnaire. Les données ont été croisées le cas échéant afin de découvrir des corrélations entre elles.

Des entretiens semi-dirigés ont également été conduits en aval de l'enquête. Ces entretiens étaient indispensables pour confronter les résultats obtenus aux réalités du terrain et des personnes directement intéressées par la problématique.

### ***La revue de la littérature professionnelle***

C'est également à ce stade que l'analyse de prestations d'associations étrangères similaires et la revue de la littérature professionnelle ont été menées. Cette ouverture vers ce qui se fait ailleurs avait pour objectif d'élargir la discussion et de nourrir l'étape ultime de ce travail, à savoir la proposition d'améliorations et de développement de nouvelles prestations et actions.

## **3.2 Méthodologie pour les entretiens semi-dirigés**

Une grille d'entretien a été élaborée pour récolter auprès des membres du comité des informations sur la CLP et son environnement, des informations d'ordre général et des avis personnels sur l'avenir de l'association, ses points forts et ses points faibles, les nouvelles prestations et celles actuelles à étoffer. Cette grille, utilisée en amont du questionnaire pour établir l'état des lieux de la CLP, a été remodelée en aval pour prendre en considération les résultats de l'enquête et permettre de mieux les analyser (Annexe 1).

## **3.3 Méthodologie pour l'enquête par questionnaire**

Un questionnaire a été élaboré pour réunir des informations sur les besoins, les attentes et les profils des non-membres. Les objectifs spécifiques de l'enquête, les motifs du choix du titre, la problématique, les hypothèses, les caractéristiques de l'échantillon, la formulation des questions et le pré-test expliquent les étapes de cette élaboration.

### **3.3.1 Objectifs de l'enquête**

L'enquête qui a été menée est une enquête de besoins. Ce type d'enquête cherche à expliquer des comportements et des modes de fonctionnement du public cible, dans le but de définir des « axes d'adaptation de l'offre de service » (Muet, Salaün 2001, p. 41-42)

Trois objectifs étaient visés par l'enquête. D'une part, identifier des besoins, des attentes et des profils chez les non-membres. D'autre part, appréhender l'image que les non-membres connaissant la CLP en avaient. Troisièmement, sonder des représentations liées aux associations professionnelles en général. Ce dernier point m'a semblé pertinent afin de dessiner les orientations que pourrait prendre la communication du Groupe romand de la CLP en direction des non-membres.

### **3.3.2 Choix du titre**

Le choix du titre mérite une explication. Le titre « Quelles actions pour quels publics ? Enquête auprès des « non-membres » du Groupe romand de la CLP » pose le problème de la définition d'un public par la négative, soit par une déficience ou par une absence. La notion de « non-public » ou ici, de « non-membre » est en effet une notion controversée. De fait, les études de terrain montrent qu'il n'existe pas de non public homogène, mais plusieurs publics, potentiels et relatifs (Muet, Salaün 2001, p. 53). Dans le cas d'espèce, on entend par public potentiel les « non-membres » qui connaissent l'existence de la CLP et par non publics relatifs, ceux qui ne la connaissent pas mais dont les caractéristiques correspondent à celles de membres potentiels. Ces non publics ont des spécificités propres. Cette observation s'applique au choix d'utiliser le terme de « non-membres » dans le titre du questionnaire et du travail. A noter cependant que ce terme n'est pas arbitraire et s'oppose clairement à son contraire, celui de membre. En effet, ce dernier est utilisé pour les personnes s'étant acquittées d'une cotisation à l'association. Il n'y a donc pas d'ambiguïté dans le choix de ce terme (Moeschler 2014). Par souci de lisibilité et parce que ce terme a ici pleinement sa raison d'être, la mention « non-membre » a été conservée. L'enquête est là pour découvrir les publics qui se cachent derrière cette appellation.

### **3.3.3 Problématique**

Dans un premier temps, les éléments de la problématique ont été posés. Puis des hypothèses découlant de cette problématique ont été émises afin de formuler des questions qui permettraient d'y répondre. Enfin, le public cible a été identifié et segmenté.

La problématique, que l'on trouve également dans la littérature sous l'appellation de « variables à expliquer », est la suivante :

- Le nombre de membres romands ne progresse pas
- Proportionnellement, les professionnels romands s'inscrivent peu comme membres individuels (111 membres individuels<sup>2</sup> pour 148 membres collectifs<sup>3</sup>, selon tableau Excel des "membres CLP mars 14")
- Les bibliothèques scolaires romandes et leurs responsables sont peu représentés

### 3.3.4 Hypothèses

Les hypothèses formulées pour expliquer la problématique sont les suivantes :

Tableau 1 : Hypothèses de travail

Les professionnels romands ne connaissent pas la CLP	La communication du Groupe romand en direction des non-membres n'est pas suffisante ou adéquate	
Les professionnels romands qui connaissent la CLP romande ne savent pas qu'elle fait partie d'une association de niveau national	Les organes romand et national de la CLP ne communiquent pas suffisamment sur leurs prestations et actions respectives	
Pour ceux qui connaissent la CLP :	Les professionnels romands dont l'institution est déjà membre collectif ne ressentent pas le besoin de s'affilier comme membre individuel pour bénéficier des prestations de l'association	
	La prédominance de l'allemand est un frein à l'adhésion des Romands	
	Le site manque de moyens d'interactions	
	Les prestations des groupes régionaux linguistiques ne sont pas médiatisées par le biais du site	
	Il existe certains doublons avec les prestations d'autres associations	
	Problématique du rapport satisfaction/effort consenti chez ceux qui connaissent la CLP :	<p>Les prestations offertes ne sont pas suffisamment en adéquation avec les besoins de certains professionnels</p> <p>Les tarifs pour être membre individuel sont perçus par</p>

<sup>2</sup> Personnes physiques.

<sup>3</sup> Personnes morales.

		certaines comme trop élevées
		Les tarifs des formations continues sont perçus par certains comme trop élevés
		Les tarifs des publications sont perçus par certains comme trop élevés
	Problématique du temps et de l'éloignement pour suivre les formations :	Les cours donnés en présentiel posent le problème des créneaux horaires et de l'éloignement

### 3.3.5 Public cible

#### *Public cible*

Le public cible est celui qui a motivé au départ l'organisation de l'étude et auquel on souhaiterait étendre les résultats. La population mère quant à elle, représente l'ensemble des personnes sur lesquelles porte l'étude et du sein de laquelle est extrait un échantillon représentatif (L'échantillon d'étude et la population cible 2013).

Le public cible de cette enquête correspond à toute personne :

- travaillant dans une bibliothèque de lecture publique ou scolaire romande et cantons bilingues français-allemand, et
- qui n'est pas membre à titre individuel de la CLP.

Pour des questions pratiques et de lisibilité, il a été décidé que l'enquête ne concernerait que les non-membres individuels. L'argument principal de ce choix était la nécessité de circonscrire le public sur lequel porterait l'enquête de manière non ambiguë afin d'obtenir des résultats exploitables. Il aurait été difficile en effet de demander aux personnes touchées par l'enquête de répondre une fois au nom de leur institution (non-membre collectif) et une fois en leur nom propre (non-membre individuel). Toutefois, le questionnaire a été envoyé aux membres et non-membres collectifs afin de toucher les non-membres individuels y travaillant.

#### *Taille de la population mère*

Ce choix établi, une première difficulté a été d'estimer la taille de la population mère afin de pouvoir sonder la représentativité de l'échantillon, celui-ci étant constitué des personnes ayant répondu à l'enquête. En effet, on ne dispose pas de chiffres sur le



nombre exact de bibliothèques scolaires romandes, ni sur celui des personnes y travaillant. Pour les bibliothèques de lecture publique, le Guide des bibliothèques de lecture publique de Suisse Romande (2014) de Bibliomedia les recense de manière quasi exhaustive, mais là aussi, le nombre exact des personnes y travaillant reste inconnu. Quant aux statistiques de l'OFS sur les bibliothèques suisses, elles visent les communes de plus de 10'000 habitants. Quelques communes plus petites commencent à faire l'objet de statistiques mais elles sont principalement suisses-alsémaniques, excepté pour les cantons bilingues du Valais et de Berne.

Afin d'estimer le nombre de personnes visées par l'enquête, le nombre de bibliothèques auxquelles le questionnaire a été envoyé a été multiplié par un facteur 3. Ce facteur 3 est tiré de l'enquête de satisfaction effectuée par Cardinaux, Christen et Bezençon (2008 : p. 4) auprès des membres du groupe romand de la CLP et a été confirmé à nouveau par le mandant lors de la réalisation de ce travail. Il propose l'existence d'une moyenne de trois employés pour une bibliothèque. Appliqué au cas d'espèce, cela donne les estimations suivantes. Les courriels valides de 347 bibliothèques publiques et scolaires ont été recueillis, les personnes susceptibles de répondre au questionnaire s'élevaient donc à 1'041. De ces personnes, les 111 déjà membres individuels selon le fichier des membres de la CLP ont été retranchées. Cela ramène la population cible à 930 personnes. On trouve dans la littérature qu'un taux de réponses entre 10% et 40% est considéré comme correct. 192 réponses valides ont été reçues, ce qui représente un taux de réponse de 21%. Ce résultat va permettre d'exploiter les données et d'en tirer certaines conclusions, même si, stricto sensu, l'échantillon obtenu n'a pas été prélevé aléatoirement d'une population mère identifiée de manière exhaustive.

A noter que sur le total des questionnaires reçus, 17 ont dû être éliminés, car les personnes les ayant complétés ne travaillaient pas dans une bibliothèque publique ou scolaire. Plusieurs hypothèses peuvent être faites au sujet de ce malentendu : les répondants peuvent ne pas avoir bien compris à qui s'adressait le questionnaire, malgré les indications données, ils peuvent avoir été intéressés par la lecture publique et par conséquent constituer des membres potentiels pour la CLP, ou encore ils peuvent avoir eu deux emplois différents dont un en lecture publique. Pour les questionnaires supprimés, aucun indice ne permettait de savoir si leurs répondants se trouvaient dans un des cas de figure mentionnés.

## ***Fichier d'adresses électroniques***

Une difficulté dans ce travail a été de constituer un fichier des bibliothèques avec leurs coordonnées électroniques, le choix ayant été fait d'envoyer le questionnaire par courriel.

Le Guide des bibliothèques de lecture publique de Suisse Romande (2014) de Bibliomedia qui recense les bibliothèques de lecture publique et mixtes de Suisse romande a été fort utile. Les sites des départements de l'instruction publique et des communes, l'ont été pour les bibliothèques scolaires. Le fichier des membres (état mars 2014) de la CLP a également servi de référence. Toutefois, tant au niveau du guide des bibliothèques que des recherches sur Internet, les données ont été parfois difficiles à recueillir, car lacunaires voire inexistantes pour certaines toutes petites structures. Des recherches par téléphone et par courriel ont dès lors également été menées.

Les adresses électroniques d'un certain nombre de bibliothèques identifiées par le biais d'internet n'ont toutefois pas été trouvées, souvent celles de toutes petites structures, pas toujours informatisées, fonctionnant le cas échéant sur le bénévolat de professeurs et/ou de parents d'élèves pour les bibliothèques scolaires. L'enquête n'a donc pas permis de toucher les personnes travaillant dans ces structures. Malgré ce constat, la possibilité d'un envoi postal a été écartée pour des questions de temps et de rendement escompté. En effet, le temps pour réaliser ce travail étant limité et le taux de réponses à un questionnaire envoyé par la poste jugé généralement assez bas selon les informations trouvées dans la littérature à ce sujet, cette option a été écartée.

Enfin, la catégorie des bibliothèques publiques des hôpitaux et des prisons n'a pas été prise en compte. Toujours pour une question de temps, les recherches ont été circonscrites et l'impasse faite sur ce type de bibliothèques.

## ***Stratégie***

La stratégie qui découle de ces difficultés aura été d'envoyer le questionnaire à toutes les bibliothèques recensées avec des adresses valides afin de toucher la plus grande part possible du public cible et de tendre à la représentativité d'une population mère dont on ne connaît pas l'ampleur exacte. Il a également été compté sur le fait que les bibliothèques transmettraient le questionnaire à leurs employés. Comme on le voit, il y avait plusieurs inconnues. Mais, comme le dit Bernard Py (2013 : p. 24), « ... un sondage dans lequel aucun biais ne s'est introduit n'existe pas. Tout cela ne doit en aucun cas contribuer à décourager les bonnes volontés... ».

## ***Relance***

Une relance a été effectuée par le biais du fichier constitué, une autre par l'intermédiaire de la liste de diffusion Swiss-lib (Swiss-lib 2014).

### **3.3.6 Rédaction des questions**

#### ***Segmentation du public***

Pour construire le questionnaire, la population a été segmentée entre personnes travaillant dans des bibliothèques publiques et personnes travaillant dans des bibliothèques scolaires. Le premier groupe concerne des personnes issues d'institutions où l'utilisateur vient volontairement et principalement pour son loisir, sa culture propre et son développement personnel. Le deuxième groupe concerne celles œuvrant dans des institutions dont l'utilisateur est en premier lieu en situation d'apprentissage (Muet, Salaün 2001, p. 40). Sans prendre trop de risques, on peut partir du postulat que les besoins de ces deux segments de public ne coïncident pas parfaitement, bien qu'une segmentation plus fine, rendue possible à l'issue de l'analyse du questionnaire, soit plus opérationnelle. Ces critères de segmentation trouvés chez un nombre suffisant d'interviewés permettent de dresser des profils de non-membres types avec des besoins et des comportements singuliers. De là découlent des propositions de prestations spécifiques.

#### ***Rédaction des questions***

Le souhait du mandant était d'avoir un questionnaire court (15-20 questions), afin d'optimiser les chances d'obtenir des réponses, un questionnaire trop long étant souvent abandonné en cours de route.

Les questions quant à elles ont été élaborées de manière à ce qu'elles soient mutuellement exclusives et collectivement exhaustives (Fox 1999, p. 17). En effet, deux questions ne doivent pas mesurer la même chose pour être pertinentes et doivent chacune considérer toutes les réponses possibles pour qu'un répondant ne se trouve pas devant des choix qui ne prennent pas en compte sa situation particulière.

Après avoir élaboré le questionnaire, une question finale suggérée lors du pré-test sur l'intention des répondants d'adhérer à la CLP dans un laps de temps donné a été écartée. Cette question semblait trop ouvertement marketing et d'entente avec le mandant il a été décidé de ne pas donner au questionnaire cette touche marchande. De plus, les répondants n'auraient sans doute pas eu le recul nécessaire pour y répondre, le questionnaire n'étant pas en soi une présentation suffisante de la CLP.

### ***Structure du questionnaire***

Le questionnaire en lui-même est structuré en sablier, du général au particulier. Les questions faciles sont posées au début, celles qui demandent plus de réflexion ou sont plus personnelles, comme le profil des répondants, à la fin (Fenneteau 2007, p. 111-113). Cette structure permet de partir de besoins ressentis pour amener les répondants vers les moyens de les combler. Vient ensuite une partie sur la relation des répondants à la CLP. Les questions relatives aux profils socioprofessionnels arrivent dans un troisième temps. Enfin, une tribune libre est offerte en fin de questionnaire pour récolter des suggestions et remarques éventuelles.

#### **3.3.7 Pré-test**

Un pré-test a été mené auprès d'une dizaine de personnes, étudiantes ou assistantes à la Haute école de gestion de Genève, membres du comité romand de la CLP ou encore connaissances privées. Cette étape était cruciale en ce qu'elle a permis de vérifier la compréhension et l'interprétation des questions posées, de clarifier certaines d'entre elles et de gommer quelques erreurs.

## 4. Environnements interne et externe

Avant de passer aux résultats de l'analyse de l'enquête, un détour par l'examen de l'environnement interne et externe du Groupe romand de la CLP s'impose. Dans l'esprit d'une démarche marketing, il convient en effet d'explorer ces deux facettes, tout comme celle du public auquel le Groupe romand s'adresse, afin d'identifier sa situation singulière et être à même de pouvoir lui proposer des solutions pour lui permettre de s'y adapter.

Je propose tout d'abord un état des lieux dans lequel il est question des ressources, des activités et de la gestion du Groupe, ainsi que de ses atouts et de ses faiblesses, mais également de certains aspects concernant ses relations avec l'association centrale.

Dans la partie dédiée à l'analyse de l'environnement externe, je passe en revue quelques associations bibliothéconomiques et en sciences de l'information romandes et internationales, ainsi qu'un prestataire externe, afin de mieux comprendre le contexte dans lequel le Groupe romand évolue.

### 4.1 Etat des lieux

Cet état des lieux, qui va permettre d'appréhender l'environnement interne du Groupe romand de la CLP, est divisé en trois parties : les ressources, les activités et la gestion.

#### 4.1.1 Ressources

##### *Les ressources matérielles*

Le Groupe romand de la CLP dispose d'un secrétariat et d'une salle de cours à Lausanne qui peut accueillir 19 personnes. Cette infrastructure est mise à disposition par Bibliomedia Lausanne contre rétribution (j'y reviendrai ci-après sous le point 4.2.1).

Commentaires : L'infrastructure est jugée satisfaisante. Toutefois, le nombre de participants aux cours de formation continue nécessite parfois de scinder les cours en deux pour permettre d'accueillir tous les candidats ou pour répondre aux exigences des intervenants de limiter le nombre de participants. Une augmentation des membres actifs nécessiterait peut-être de repenser la logistique.

Le Groupe romand dispose d'un site internet accessible à tout un chacun. Le site est géré au niveau central par le Secrétaire général dont le taux d'activité est de 50%. Un membre du comité romand possède des droits limités sur le site. De manière générale, seules les formations continues, la formation de base et les assemblées générales sont annoncées sur le site. Le site n'utilise pas à l'heure actuelle les outils du web 2.0.

Commentaires : La maintenance du site est jugée problématique, la personne responsable ne dispose pas du temps nécessaire pour le tenir à jour et surtout pour le faire évoluer. Par ailleurs, sa gestion est à l'heure actuelle très centralisée. Enfin, l'intégration des outils du Web 2.0 nécessiterait des nouvelles ressources en termes de temps et de compétences notamment.

### ***Ressources humaines***

Comme le disent Libaert et Pierlot (2014, p. 70) « Le capital d'une association, c'est son facteur humain. »

Le comité romand se compose de 9 membres et fonctionne en milice (les membres ne sont pas rétribués). A noter que parmi ces membres, tous les cantons romands sont représentés mais que seule une personne incarne le secondaire II et aucune le primaire et le secondaire I. Les groupes de travail et les autres activités de l'association sont animés par ses membres. Les intervenants des formations sont rémunérés.

Commentaires : Il n'y a pas de salarié rattaché directement au Groupe romand de la CLP. L'accord avec Bibliomedia pallie tout ce qui a trait au secrétariat (administration), mais personne n'est chargé, par exemple, d'aller rechercher des informations. Le statut de milicien des membres du comité soulève des questions. Une erreur, selon un membre, serait de le professionnaliser, car une telle mesure éloigne souvent la base du cœur des activités. Selon un autre avis, l'aspect milicien présente ses limites. Il pose en effet des problèmes de ressources humaines pour traiter toutes les questions et sujets soulevés. Les heures prises sur le temps libre ne sont pas extensibles à l'infini, d'où une difficulté de mener à bien tous les projets sur le plan inter-cantonal et la multiplication des groupes de travail. Des pistes de solutions suggérées notamment par des membres du comité seront examinées ci-après, dans la partie du travail consacrée à la proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations et actions au point 7.2.4.

### ***Ressources financières (subventions et recettes)***

Le comité central subventionne les groupes régionaux à hauteur de 5'000.- francs annuels. Les cotisations sont gérées par le Secrétariat central qui en reverse une partie aux groupes régionaux. Les frais d'inscription au cours de base et à la formation continue reviennent directement au Groupe romand et représentent une manne importante de financement. Le contrôle des acquis clôturant le cours de base l'est également dans une moindre mesure.

Commentaires : La situation financière de la CLP est très saine, y compris au niveau régional. Les bénéfices sont réinvestis. Ils permettent parfois de rémunérer le président d'un groupe de travail et son secrétariat, ou encore d'offrir des prestations lors des Assemblées générales (par exemple en prenant en charges tous les frais liés aux conférences sans les répercuter par le biais d'une finance d'inscription). La répartition des dépenses d'investissement (salle de cours, matériel, etc.), de personnel (salaires des intervenants) et de fonctionnement (impression du programme de formation continue, prix CLP, envois postaux, etc.) est jugée satisfaisante et les comptes sont équilibrés.

#### **4.1.2 Activités**

La largeur de l'offre concerne les services de base. Ceux-ci sont constitués de la formation de base, de la formation continue, des groupes de travail, des journées d'études et du lobbying. Les publications des normes et autres documents sont gérées par le comité central. La profondeur de l'offre concerne les services périphériques. Ceux-ci sont composés des voyages culturels, des assemblées générales, des conférences lors des AG, des rapports des groupes de travail, de la veille sur les ressources électroniques, de l'accès aux informations par le biais du site et du prix décerné par la CLP à des travaux de bachelor en information documentaire. La revue SAB-Info-CLP est, quant à elle, du seul ressort du comité central, la participation du Groupe romand se limitant à la proposition d'articles en français.

##### ***La formation de base***

Depuis 30-40 ans, la CLP offre une formation de base destinée à donner aux bénévoles des bibliothèques de lecture publique un minimum d'assise. Elle n'a lieu que lorsqu'il y a suffisamment d'inscrits. Elle consiste en 158 heures de cours de base et débouche sur une attestation de bibliothécaire CLP. Or, depuis la fin des années 90, cette formation de base est de plus en plus remise en cause. En effet, elle est perçue négativement, car elle est en contradiction avec l'effort de promotion des formations certifiées. Pour la majorité des membres romands, la formation certifiée doit s'imposer et « entrer dans les mœurs ». Des solutions doivent être trouvées pour la soutenir et la financer, par le biais de subventions ou de bourses notamment. C'est là une vision à long terme qui s'appuie sur l'argumentation suivante : sans contraindre un minimum les (futurs) employés, responsables et/ou bénévoles à passer par une formation certifiante, il est difficile que les choses évoluent vers la reconnaissance, la professionnalisation et la valorisation du métier de bibliothécaire. Le Groupe alémanique dans sa majorité trouve quant à lui la formation de base appropriée pour les petites structures. Son approche est plus fataliste

et pragmatique. Cette formation vise à répondre à une situation de fait : il y a des petites structures qui fonctionnent sur une base non professionnalisée et qui n'ont pas forcément les moyens de le devenir. La formation de base est un entre-deux.

Dans la littérature, la dualité des avis sur la question de la formation s'exprime notamment au travers des exemples suivants :

Herbert S. White, en s'en prenant à ses pairs qui engagent des personnes non qualifiées, s'exclame dans un billet d'humeur (2006, p. 56) :

*« What upsets me most (...), is when professional librarians sabotage the future of their own profession and its new recruits by replacing professional library positions with clerks. (...) Clerks, especially good clerks and well-paid clerks, are a crucial part of any staff. Yet, if there is no real difference in what they do and what librarians do, then what is the point of getting a professional degree? »*

D'autres, comme James Lund (2012, p. 53-55), pensent que des professionnels qualifiés dans d'autres domaines peuvent remplir des missions de bibliothécaires aussi bien, voire même mieux que des bibliothécaires qualifiés. Pour Lund, cela tient notamment à l'évolution du métier vers un service de référence, de médiation et ce qu'on appelle la « bibliothèque 3<sup>e</sup> lieu »<sup>4</sup>. Une évolution qui demande des qualités humaines qui ne découlent pas de la formation proprement dite, comme une passion pour les contacts et la volonté d'apprendre.

Pour aller au-delà de la polémique et sans minimiser les enjeux sous-jacents, la proposition de bénéficier de l'article 32 de la Loi fédérale sur la formation professionnelle, qui est une solution étudiée actuellement par le Groupe romand, serait une manière de résoudre ce conflit. Cela permettrait d'obtenir un CFC d'Assistant en information documentaire (ci-après AID) en faisant valoir l'expérience acquise au cours de son parcours professionnel, ainsi qu'en suivant quelques cours pour combler certaines lacunes et se préparer au mieux au passage des examens finaux du CFC d'AID. La formation de base CLP n'aurait alors plus sa raison d'être. Cette solution fait l'objet de discussions au sein d'un groupe de réflexion.

### **La formation continue**

Le programme de formation continue 2014 propose vingt-deux journées de formation abordant des sujets variés en lien direct avec la lecture publique et les bibliothèques scolaires. Des thèmes comme les e-books en bibliothèque, la signalétique, les kamishibai, l'accueil des différents publics (les seniors, les adolescents, les 18 mois à 3 ans, les 0-6 ans), la bibliothérapie, l'illettrisme, les applications numériques jeunesse, les

---

<sup>4</sup> Le 3<sup>e</sup> lieu est celui de la sociabilité, le 1<sup>er</sup> étant celui de la famille et le 2<sup>e</sup>, celui du travail.



animations multiculturelles, les genres de l'imaginaire, la lecture à haute voix, l'utilisation de l'espace en bibliothèque, ou encore les services innovants, cherchent à soutenir les professionnels dans leurs activités quotidiennes en leur permettant de développer leurs compétences dans des domaines d'intérêt.

La tendance à la dématérialisation de l'offre est à la fois une opportunité de promouvoir des nouveaux services et une menace de se voir concurrencés par d'autres prestataires plus réactifs (Muet, Salaün 2001, p. 26).

L'évolution des formations vers du e-learning serait intéressante dans ce contexte, mais nécessiterait une évaluation préalable de son impact sur la fréquentation en présentiel du cours, cette fréquentation étant à l'heure actuelle capitale pour animer les formations. Il s'agirait également de trouver des nouvelles ressources, notamment en termes de temps et de compétences pour mettre en place un tel système. Cette question sera étudiée au point 7.2.1.

### ***Les groupes de travail***

Les groupes de travail sont ouverts à tous les membres de la CLP, et au-delà. L'initiative de leur création vient généralement du comité. Ce dernier cherche à ce qu'au moins l'un de ses membres en fasse partie. Les groupes de travail et journées d'études récents et à venir sont les suivants :

- Un groupe de réflexion sur les ressources électroniques a été constitué et a donné lieu à un rapport mis en ligne sur le site, ainsi qu'à une cellule de veille diffusée par le biais de la liste de diffusion Swiss-lib ;
- Un groupe de réflexion sur l'avenir de la formation en lecture publique est en cours actuellement ; il recommande la suppression de la formation de base CLP au profit des formations certifiées ; il examine la possibilité de l'obtention d'un CFC d'AID par le biais de l'art. 32 de la Loi fédérale sur la formation professionnelle ;
- Un groupe de réflexion autour de la médiation en bibliothèque est également en cours ; la création d'un site ou d'une plateforme dédiée à cette problématique est projetée ;
- Un groupe de réflexion sur les politiques d'acquisition a été constitué et a donné lieu à un travail de bachelor et à un manuel intitulé « J'organise mes collections » actuellement en vente sur le site ;
- Deux journées d'étude avec les directeurs des bibliothèques de lecture publique des communes de plus de 10'000 habitants (env. 25 localités) ont eu lieu avec comme objectif de se rapprocher des décideurs et d'encourager l'échange d'information entre les bibliothèques publiques romandes ;
- Une journée d'étude avec les responsables des bibliothèques scolaires est projetée durant le premier trimestre 2015, lors de la sortie des nouvelles normes sur les bibliothèques scolaires ;

- Le Groupe romand participe au projet Calliopê de la Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, traitant de l'offre numérique en bibliothèque ;
- Il prend également part à la campagne suisse de promotion des bibliothèques, BiblioFreak, visant à promouvoir les bibliothèques par le biais de différentes actions. Cette campagne est calquée sur le modèle de « Geek the library », qui est une initiative américaine. Elle propose aux publics de partager leurs passions afin de montrer comment celles-ci sont rendues possibles par les offres de la bibliothèque. Le but est de comprendre et valoriser le rôle des bibliothèques et de prendre conscience qu'il est nécessaire de les soutenir.

### ***Les assemblées générales, les séances, la revue SAB-Info-CLP***

Les assemblées générales du Groupe romand sont bisannuelles. Elles sont l'occasion de proposer des conférences et des visites des bibliothèques hôtes. En alternance, tous les deux ans, le Groupe romand organise un voyage culturel ou une journée dédiée à un certain type de bibliothèques.

Le comité du Groupe romand se réunit en séance quatre à cinq fois par an. Une séance annuelle réunit les membres des trois comités (romand, alémanique et central). Le groupe en charge d'organiser la formation continue se réunit quant à lui une fois par an. Entre ces points de rencontre, les membres communiquent régulièrement par courriel.

Commentaires : En ce qui concerne la revue SAB-Info-CLP, le Secrétaire général (qui exerce son activité à 50 % à Aarau, au niveau central), assume la tâche de rédacteur en chef. Etant alémanique et basé en Suisse allemande, il connaît moins le paysage romand et son réseau en Suisse romande est moins développé. Cela explique notamment le fait que la revue soit rédigée majoritairement en allemand. Le manque de proposition d'articles en français pose un problème qui n'a pas à ce jour été résolu. Le Groupe régional romand collabore avec le comité suisse, mais ne dispose pas de suffisamment de temps pour être réellement proactif. La périodicité (quatre fois par an) est jugée trop soutenue par certains membres du comité romand pour trouver des articles rédigés en français. D'où une suggestion de l'un d'entre eux d'avoir un journal propre à la Romandie avec une fréquence moins grande (annuelle ou semestrielle). Ce journal pourrait être alimenté par les activités des bibliothèques romandes. Selon cette source, la matière existe et les gens seraient peut-être plus enclins à envoyer des articles sur le plan romand, plutôt que de devoir les adresser au secrétariat central. Cette suggestion est toutefois quelque peu radicale et la mise en place d'une traduction des articles de l'allemand vers le français serait une alternative privilégiée. Il en sera discuté au chapitre traitant de la proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations et actions au point 7.1.4.

### **4.1.3 Gestion**

Les statuts de l'association sont disponibles en ligne sur le site. Ils définissent ses missions, son public, sa composition et son organisation. Les publications et le site sont gérés par l'association centrale. La formation de base (pour le Groupe romand exclusivement), la formation continue, les groupes de travail, les journées d'études et les voyages culturels le sont par les groupes régionaux. Les cours de base pour la région alémanique sont délégués par la CLP à plusieurs commissions cantonales de bibliothèques qui se chargent de leur organisation. Dernièrement, le comité central a organisé lui-même un cours de base pour répondre à la demande en Suisse alémanique. La veille sur les ressources électroniques que propose le Groupe romand et la revue SAB-Info-CLP constituent les deux seules publications régulières de l'association.

#### ***Le lobbying***

Le lobbying se fait aux deux niveaux, central et régional. Il revient par exemple au comité central de faire des courriers aux cantons/communes lors de la parution de normes ou dernièrement pour le financement des nouvelles normes pour les bibliothèques scolaires. L'« Initiative Bibliothèques Suisse » (IBS) a aussi été initiée au niveau central. Elle a pour objectif d'améliorer, voire de créer lorsqu'elles n'existent pas, les bases légales des bibliothèques par des initiatives cantonales soumises au vote populaire. Il revient aux personnes qui habitent les différents cantons de s'en saisir pour faire avancer le paysage des bibliothèques dans leur propre canton :

*« Les initiatives en faveur des bibliothèques veulent veiller, au travers de bases légales, à ce que toutes les communes suisses aient la responsabilité de proposer une offre en matière de bibliothèques et à ce que les cantons les soutiennent en leur octroyant à cet effet des subventions, pour autant que ces dernier[e]s respectent des normes de qualité. » (CLP, 2014)*

Le Groupe romand a quant à lui organisé deux journées d'étude avec les directrices et directeurs des bibliothèques publiques des communes de plus de 10'000 habitants (environ 25 localités). Le but était de se rapprocher des décideurs. Le bilan a été très positif et une rencontre avec les directrices et directeurs des bibliothèques scolaires est projetée.

#### ***La communication***

Pour ce qui est de la gestion de la communication, il existe une volonté au niveau central d'être plus professionnels. Les groupes régionaux communiquent également à leur niveau, mais de façon moins systématique. Une assemblée générale romande a lieu tous les deux ans en alternance avec l'assemblée générale de l'association centrale. Le rapport bisannuel du Groupe romand ressort au procès-verbal de l'assemblée générale

et est publié dans la revue SAB-Info-CLP. Le Groupe romand utilise la liste de diffusion Swiss-lib, les courriers postaux et le site pour communiquer autour des formations. Il existe également un fichier de personnalités auquel le programme de formation continue est envoyé. La veille sur les ressources électroniques est diffusée par le biais de la liste de diffusion Swiss-lib. D'autres moyens de communication ont été évoqués avec les membres du comité. Il en sera question dans le chapitre dédié à la proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations et actions.

Commentaires : En ce qui concerne le lobbying, le système confédéral de la Suisse ne le favorise pas, chaque canton ayant des organes et des politiques spécifiques comme mentionné ci-devant dans l'introduction. De plus, l'association BIS exerce déjà en grande partie ce rôle de lobby (elle est par exemple présente dans des commissions sur le droit d'auteur). Le Groupe romand de la CLP doit trouver sa place dans ce paysage.

En ce qui concerne la communication, le fichier d'adresses électroniques des membres du Groupe romand n'est pas exhaustif. C'est pour cette raison notamment que les courriers ne sont adressés que par voie postale, l'autre raison étant que plusieurs membres manifestent une préférence pour ce mode de communication. Un fichier avec l'adresse électronique de tous les membres permettrait à l'association d'être plus réactive dans ses communications. J'y reviendrai dans la partie dédiée à la proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations et actions.

#### 4.1.4 Synthèse

##### 4.1.4.1 Atouts et faiblesses

Ce tableau présente une synthèse de l'analyse interne du Groupe romand de la CLP en termes d'atouts et de faiblesses.

Tableau 2 : Analyse interne

Groupe romand de la CLP	Atouts	Faiblesses
Ressources		
1. Ressources matérielles		
Locaux disponibles à Lausanne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secrétariat</li> <li>• Salle de cours</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eloignement géographique pour certains membres</li> <li>• Capacité d'accueil de la salle limitée</li> </ul>
Site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte visibilité et fort potentiel pour échanger des informations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toutes les parties du site ne sont pas traduites en français</li> </ul>

	Atouts	Faiblesse
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Site 1.0</li> </ul>
2. Ressources humaines		
Milice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les membres du comité sont motivés</li> <li>Ils sont au plus près de la base</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nécessité d'attirer des membres actifs</li> <li>Dégager du temps en parallèle sur ses loisirs</li> </ul>
3. Ressources financières		
Comité central	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subventionne</li> <li>Rétrocède une partie des cotisations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Néant</li> </ul>
Groupe romand	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inscription au cours de base</li> <li>Inscription à la formation continue</li> <li>Reconnaissance des acquis du cours de base</li> <li>Situation saine</li> <li>Réinvestissement des bénéfices</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuer à maîtriser les charges</li> <li>Continuer à attirer des participants et à engranger des recettes</li> </ul>
2. Activité		
Tendance à la dématérialisation de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opportunité d'offrir de nouveaux services</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risque d'être concurrencé</li> <li>Besoin de se former aux nouveaux supports/logiciels</li> <li>Coûts, mise en œuvre et maintenance</li> </ul>
Front-office	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formations</li> <li>Groupes de travail</li> <li>Publications</li> <li>AG (bisannuelle)</li> <li>Voyages/visites</li> <li>Conférences</li> <li>Veille</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offres en présentiel (formations, conférences, groupes de travail)</li> <li>Manque de ressources de certaines personnes pour profiter de l'offre</li> </ul>

	Atouts	Faiblesse
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prix CLP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(temps, argent, équipement)</li> </ul>
Back-office	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le site comme vitrine de l'association</li> <li>Projet de développer des échanges par le biais des réseaux sociaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maintenance et évolution du site</li> <li>Développement et animation des réseaux sociaux</li> </ul>
3. Gestion		
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'organisation est formalisée dans ses statuts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque d'outils marketing de gestion (indicateurs, statistiques)</li> </ul>
Communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centralisée et décentralisée</li> <li>Fichier des membres</li> <li>Participation à la revue SAB-Info-CLP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de systématique</li> <li>Données du fichier des membres incomplètes</li> <li>Barrière de la langue pour la revue SAB-Info-CLP</li> </ul>
Politique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sentiment d'appartenance</li> <li>Lobbying</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Difficulté de trouver des moyens de pression en direction des instances et de l'opinion publique</li> </ul>

#### 4.1.4.2 Matrice du Boston Consulting Group

La représentation des activités catégorisées selon une Matrice du Boston Consulting Group (BCG) propose un classement des prestations et actions du Groupe romand de la CLP selon ses perspectives de croissance en termes de publics cibles. Les vaches à lait représentent le gros de l'activité et les valeurs sûres de l'offre de l'association. Les vedettes ont un potentiel fort en termes d'accroissement et de fidélisation des membres, mais demandent des ressources plus importantes. Les dilemmes concernent les nouveaux créneaux, les opportunités (j'ai mis en gras, les projets actuellement en cours d'étude). Enfin, les poids morts représentent un intérêt faible sans perspective d'avenir.

Une entreprise saine cherche à faire passer ses dilemmes vers les vedettes puis les vaches à lait (Muet, Salaün 2001, p. 28).

Cette représentation pourrait avoir la forme suivante:

Tableau 3 : Diagramme BCG

<p style="text-align: center;"><b>Vedettes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Groupes de travail</li> <li>• Animations / conférences</li> <li>• Journées d'études</li> <li>• Voyages culturels</li> <li>• Veille</li> <li>• Prix CLP</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Dilemmes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lobbying</li> <li>• Publication SAB-Info-CLP</li> <li>• Site</li> <li>• <b>Réseaux sociaux</b></li> <li>• <b>Conseil</b></li> <li>• <b>Formation (art. 32), cf. point 4.1.2</b></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Vaches à lait</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation continue</li> <li>• Publication de normes</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Poids morts</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation de base</li> </ul>

Ci-dessous, se trouve un détail sommaire de chacune de ces prestations et/ou actions :

### ***Les vaches à lait***

#### **- La formation continue**

La formation continue est un des piliers de la CLP. Elle répond à une demande forte du public cible, tant de la part des membres avérés que de celle des membres potentiel comme cela ressort des résultats de l'analyse de l'enquête de besoins qui a été menée et sera détaillée ci-dessous. L'offre est dans l'ensemble bien ciblée et la participation élevée.

#### **- La publication de normes**

Les normes pour les bibliothèques de lecture publique et scolaires, quoique gérées par le comité central, sont également des produits reconnus pour les professionnels de ces domaines.

## **Les vedettes**

### **- Les Groupes de travail**

Malgré la difficulté parfois de recruter des membres actifs pour les constituer, la participation aux groupes de travail demandant un investissement personnel important, ils représentent une action proactive et efficace pour mener des réflexions sur certaines préoccupations et/ou thèmes actuels en lien avec la profession.

### **- Animations / conférences**

Les deux conférences proposées lors de l'assemblée générale du Groupe romand qui a eu lieu en juin 2014 ont remporté un vif succès (taux de fréquentation et de satisfaction élevés). La visite de la bibliothèque de Bienne qui était l'hôte de la manifestation a également été très appréciée. Proposer des conférences en dehors du contexte des assemblées générales pourrait être une piste à suivre pour réunir les membres et non membres de manière plus informelle autour d'un même centre d'intérêt.

### **- Journées d'études**

Les journées d'études, quoique plus ponctuelles, sont appréciées et ont également un potentiel reconnu.

### **- Voyages culturels**

Les voyages culturels sont l'occasion de mieux se connaître et de resserrer des liens en partageant des expériences autour de la visite de lieux culturels et de bibliothèques d'ici et d'ailleurs.

### **- Veille**

La veille trimestrielle sur les ressources électroniques par le biais de la liste de diffusion Swiss-lib est plus difficile à évaluer en termes d'impact, mais son potentiel et sa pertinence sont sans conteste dans un monde qui évolue rapidement vers une dématérialisation de plus en plus grande des ressources informationnelles.

### **- Prix CLP**

Le prix décerné par la CLP chaque année à un travail de Bachelor en Information documentaire permet, tout en faisant connaître la CLP, de récompenser un étudiant pour son apport au domaine d'étude.



## ***Les dilemmes***

### **- Lobbying**

Le lobbying a été classé dans les dilemmes, car il ne représente à l'heure actuelle qu'une petite partie des activités du Groupe romand de la CLP. Cela est notamment dû à la difficulté de faire du lobbying dans un état fédéraliste et à la position de l'association BIS qui occupe déjà une place certaine à ce niveau. Malgré cela, il constitue un créneau et une opportunité à saisir pour améliorer et valoriser l'image de la profession et mieux répondre aux attentes et besoins des membres avérés ou potentiels du Groupe romand.

### **- Publication SAB-Info-CLP**

La publication SAB-Info-CLP, quoiqu'étant du ressort du comité central, est également à l'heure actuelle sous exploitée en langue française. Le fait que les articles ne soient pas traduits en français et le manque d'articles rédigés en français rebutent beaucoup de francophones qui ne sont pas familiers avec la langue allemande.

### **- Site**

Le site de l'association est lui aussi sous-exploité par manque d'outils d'interactions et du fait qu'il ne soit pas aujourd'hui totalement bilingue. Le potentiel du site est cependant important et des propositions seront faites afin de le développer.

### **- Réseaux sociaux**

La création d'un compte Facebook, d'un blog, d'une FAQ et d'une e-Newsletter sont actuellement en projet. Ces nouvelles opportunités de réseautage social et professionnel en ligne éveillent beaucoup d'intérêt au sein du Groupe romand pour mieux fédérer ses membres et diffuser des bonnes pratiques et des informations liées aux missions qui sont les siennes.

### **- Conseil**

Une mise en place de conseils personnalisés est aussi un créneau encore non exploité mais qui ressort comme une opportunité de mieux répondre à la demande des membres, en touchant notamment des petites bibliothèques, souvent plus isolées que les grandes en ce qui concerne les contacts professionnels.

### **- Formation (art. 32)**

Le projet de permettre d'obtenir un CFC d'AID par le biais de l'article 32 de la Loi fédérale sur la formation professionnelle, est une alternative à la formation de base CLP. Cela

permettrait aux professionnels non titulaires d'un titre en Information documentaire ou aux titulaires de l'attestation de bibliothéconomie CLP d'en obtenir un sans devoir passer par une formation longue pour y aboutir. Ce projet de la CLP est une opportunité d'aller dans le sens d'une meilleure reconnaissance et d'une professionnalisation du métier de bibliothécaire.

### *Les poids morts*

- La formation de base

Malgré le fait qu'elle soit à l'origine une des prestations qui se situe au cœur des missions de la CLP et qu'elle ait permis pendant longtemps de proposer l'acquisition des bases du métier de bibliothécaire à un public important travaillant en bibliothèque sans formation dans ce domaine, la formation de base CLP ne semble plus présenter grand intérêt à l'heure actuelle. Ses perspectives d'avenir sont donc moindres.

## **4.2 Environnement externe ou microenvironnement**

Cette partie est consacrée à l'environnement externe du Groupe romand. Toutefois, il n'y sera question que des partenaires et/ou « concurrents » du Groupe. La question de sa relation avec l'organe central a déjà été évoquée à différentes reprises et le Groupe, en tant prestataire de services, n'a pas de « fournisseurs » à proprement parler à ma connaissance.

### **4.2.1 Partenaires**

Dans un premier temps, trois partenaires « contractuels » peuvent être mentionnés. Il s'agit de Bibliomedia Lausanne, de l'association BIS et de la coopérative « SSB.service aux bibliothèques SA ».

Bibliomedia Lausanne (présentée ci-dessous sous le point 4.2.2.1) et la CLP ont toujours travaillé en synergie. En effet, la fondation et l'association touchent les mêmes publics. Depuis peu, les relations ont été contractualisées entre le Groupe romand de la CLP et Bibliomedia Lausanne. Cette dernière met à disposition une salle de cours et assure le secrétariat du Groupe romand contre une rétribution de base plus une somme forfaitaire pour chaque inscription à la formation continue. Actuellement, le Directeur, M. Laurent Voisard, est aussi le Président de la CLP romande.

Bibliothèque Information Suisse (ci-après BIS) est l'association faîtière des bibliothèques suisses; la CLP en est membre à part entière. Elle en est également un des groupes

d'intérêt<sup>5</sup>. BIS offre notamment des formations continues en information documentaire. Dans ce domaine, BIS et la CLP romande travaillent en très bonne intelligence. M. Stephan Holländer, qui gère sur mandat la formation continue de BIS, est attentif à ne pas proposer de cours en lien avec la lecture publique.

« SSB.service aux bibliothèques SA » est une coopérative de prestations et de conseil qui gère les stocks et la diffusion des publications de la CLP au niveau central.

## **4.2.2 « Concurrents » ou partenaires**

### **4.2.2.1 Associations professionnelles**

Les associations bibliothéconomiques romandes et certaines associations similaires internationales sont en compétition potentielle directe avec la CLP. Toutefois, à l'image de ce qui se passe dans le domaine de l'information documentaire et sans nier l'influence que peut avoir un tel environnement, le domaine des associations professionnelles ne se réduit pas à « une logique de rivalité commerciale frontale » où l'on se battrait pour des parts de marché. La relation de ces entités entre elles est complexe. Elle implique de la part des acteurs qu'ils s'intègrent à un réseau existant en faisant valoir leur plus-value, qu'ils se situent les uns par rapport aux autres pour mieux se différencier (Muet 2001, p. 78). Le terme de concurrent renvoie ici à une logique de positionnement (Libaert, Pierlot 2014, p. 87). Le Groupe romand préfère quant à lui parler de partenaires.

Par ailleurs, il est important de mentionner que, malgré le fait que le Groupe romand ne soit pas officiellement représenté dans les comités des associations romandes mentionnées ci-après, ses membres essaient, dans la mesure du possible, d'assister à leurs assemblées générales (AROLE excepté). Un souhait exprimé serait que les présidents de ces associations soient systématiquement invités lors des assemblées générales de la CLP. Le Groupe romand participe, depuis 2014, à des rencontres de tous les présidents et/ou vice-présidents des comités d'associations romandes organisées à des fins de coordination et de partage d'informations. Je reviendrai à cette question de partenariat dans la partie consacrée à la proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations et actions sous le point 7.1.2.

Ci-dessous sont présentées succinctement les associations romandes et internationales les plus significatives pour comprendre l'environnement externe de la CLP. Les informations ont été sélectionnées sur la base des éléments trouvés sur Internet. Elles

---

<sup>5</sup> « *Les groupes d'intérêt promeuvent et défendent les intérêts spécifiques de leurs membres et organisent leur coopération. Ils se constituent eux-mêmes et développent leurs activités dans le cadre des statuts et des décisions de l'Assemblée générale de l'Association.* » (BIS 2014)

ne sont en aucun cas exhaustives et leur mise à jour n'a pas toujours pu être vérifiée. Ces associations ont toutes en commun d'avoir pour mission la promotion et la défense des intérêts de leurs membres et de la profession. Toutefois, leurs publics et leurs champs d'activités sont différemment circonscrits.

L'Association des agent(e)s et des assistant(e)s en Information documentaire (ci-après AAID) est une association romande qui s'adresse en premier lieu aux étudiants et aux titulaires du CFC AID. Elle a pour mission principale de défendre les intérêts des professionnels AID, notamment par des actions ayant pour objectif la reconnaissance de la formation. Elle favorise la collaboration en étant active sur des réseaux sociaux (Facebook, Netvibes et Delicious). Elle offre sur son site un espace membres et un flux RSS. Elle soutient la formation de base, par exemple en informant sur les modalités et les parcours pour l'obtention du CFC AID. Elle décerne le Prix AID. Elle publie la revue trimestrielle AIDiction. (AAID 2014).

L'Association des bibliothèques fribourgeoises (ci-après ABF) est une association qui regroupe des bibliothèques cantonales, universitaires, publiques et mixtes du canton. Elle a pour missions principales d'encourager la coopération entre ses membres, ainsi que de favoriser les relations entre les bibliothèques et les autorités. Elle promeut les actualités liées à la profession et au canton, notamment par le biais d'une rubrique news. Elle offre des formations courtes (sept ont été dénombrées pour 2014). Un espace dédié est ouvert à ses membres. Elle publie le « Memento ABF/VFB » mensuellement (ABF 2014).

L'Association genevoise des bibliothécaires et professionnels diplômés en information documentaire (ci-après AGBD) est, comme son nom l'indique, une association genevoise de professionnels diplômés BDA<sup>6</sup>. Elle s'adresse donc exclusivement à des personnes ayant suivi (et réussi) une formation certifiante (CFC AID, HEG-ID, CESID, ABS/BBS/EBG/ESID et titres étrangers jugés équivalents). Par ailleurs, ses membres doivent travailler ou habiter dans le canton de Genève. Ses missions principales sont notamment de défendre et représenter les intérêts des diplômés ID<sup>7</sup> auprès des autorités, du public et des employeurs, ainsi que d'encourager la formation continue. Elle organise deux ou trois fois par an les « midi-AGBD », qui sont des rencontres-conférences en lien avec la profession et ouvertes à tous. Afin de donner plus de visibilité à la formation HEG-ID<sup>8</sup>, elle décerne annuellement, en collaboration avec l'ABF, le

---

<sup>6</sup> Bibliothécaires, documentalistes, archivistes.

<sup>7</sup> Information documentaire.

<sup>8</sup> Haute école de gestion de Genève – Information documentaire

GRBV et le GVB, le prix romand en bibliothéconomie d'un montant de 600.- CHF. Elle favorise par ailleurs les échanges entre ses membres par le biais d'un compte Facebook et publie trois fois par an le Bulletin AGBD « Hors-Texte ». Enfin, elle est membre de l'AIFBD et de l'IFLA (AGBD 2014).

L'Association internationale francophone des bibliothécaires documentalistes (ci-après AIFBD) s'adresse aux bibliothécaires et documentalistes francophones de tous les continents. Elle a mis sur pied un programme de mobilité professionnelle, ViceVersa, pour favoriser les échanges et le transfert de compétences en bibliothéconomie, documentation et sciences de l'information. Ce programme est destiné aux professionnels francophones. Elle propose une liste de discussion, Bibliodoc, à l'attention de son public et un portail où se trouvent notamment des dossiers sur des sujets d'actualité en science de l'information (toutefois la dernière mise à jour date de 2010 !). En juillet 2014 a eu lieu à Montréal la première École d'été internationale de la Francophonie en sciences de l'information. L'AIFBD organise également des congrès. Cette année, a eu lieu par exemple le Congrès de l'AIFBD, en marge de celui de l'IFLA. Ce congrès, de portée internationale, est entièrement dédié à la francophonie. L'AIFBD dispose d'un compte Facebook (AIFBD 2014).

L'Association jurassienne de bibliothécaires (ci-après AJB) s'adresse à toute personne exerçant une activité professionnelle principale dans une bibliothèque (de tous types) du Canton du Jura, du Jura bernois ou de la Bienne francophone ou ayant son domicile dans le Canton du Jura, le Jura bernois ou la Bienne francophone. Sa page web est hébergée sur le site de Jura Lecture. Ses missions principales sont, avec la promotion de la lecture et des activités des bibliothèques jurassiennes, la défense des intérêts professionnels de ses membres et l'échange de bonnes pratiques. Elle organise également des rencontres avec des professionnels et des visites de lieux culturels. Un flux RSS permet de recevoir les derniers messages postés par l'association sur le site (AJB 2014).

L'Association romande de littérature pour l'enfance et la jeunesse, Jeunesse et Médias AROLE (ci-après AROLE) promeut la lecture et la littérature pour la jeunesse en Suisse romande. Elle est ouverte à tout un chacun. Ses missions s'inscrivent dans l'axe « Accès à la littérature » du Plan d'étude romand (PER). Elle propose pour les écoles des activités ludiques et créatives autour du livre. Elle publie la revue Parole spécialisée dans la littérature jeunesse (AROLE 2014).

Bibliomedia Suisse, dont Bibliomedia Lausanne fait partie, est une fondation subventionnée par la Confédération. Elle œuvre au développement des bibliothèques

publiques et scolaires, ainsi qu'à la promotion de la lecture. C'est en quelque sorte la « bibliothèque des bibliothèques ». En effet, elle prête des collections de livres et autres médias aux bibliothèques, écoles et petites institutions, dans les langues nationales et en langues étrangères. Elle dispense également des conseils bibliothéconomiques, offre un service de lectures suivies aux écoles des cantons membres et favorise les échanges culturels en abaissant les frontières linguistiques. Elle encourage la coopération et les échanges professionnels par le biais de deux comptes Facebook : Bibliomedia Lausanne et Bibliomedia (Soleure) (Bibliomedia Suisse 2014).

Bibliothèque Information Suisse (ci-après BIS) est, comme indiqué ci-devant, l'association faîtière des bibliothèques suisses. Elle s'adresse à toute personne (membres individuels, collectifs et entreprises) qui défend et soutient ses objectifs. Ces derniers sont principalement la promotion et le développement des bibliothèques et du domaine de l'information en Suisse. En sus des formations continues et de sa contribution directe à la formation de base AID, elle propose notamment des journées thématiques, des congrès et des actions de lobbying auprès des pouvoirs publics et des instances politiques. Elle favorise la coopération entre professionnels, ainsi que les échanges de bonnes pratiques par ses nombreuses relations avec des associations BDA internationales, européennes et nationales. Elle publie, en collaboration avec l'Association des Archivistes suisses (AAS), la revue Arbido. (BIS 2014).

La Fédération internationale des associations de bibliothécaires et des bibliothèques (ci-après IFLA) représente les intérêts, au niveau international, des bibliothèques, des services d'information et de leurs usagers. Ses objectifs stratégiques d'ici à 2015 sont notamment d'améliorer l'image de la profession, de renforcer les capacités stratégiques de ses adhérents et de permettre aux bibliothèques de donner à leurs usagers un accès équitable à l'information. Son activité principale a lieu au sein des divers groupes de travail et de réflexion qu'elle comprend (42 sections de recherche et de réflexion à ce jour, ainsi que des groupes d'intérêts spécialisés créés pour traiter des questions qui ne sont pas adressées par les sections) et des congrès qu'elle organise (un congrès annuel, le World Library Information Congress WLIC, couplé notamment d'animations diverses tels un salon professionnel, des soirées culturelles et des visites de bibliothèques). Elle publie également plusieurs types de produits documentaires, notamment une revue trimestrielle, l'*IFLA Journal*, deux collections, la *Collection publications de l'IFLA* et la *Collection de l'IFLA sur le contrôle bibliographique*, ainsi que des rapports, les *Rapports professionnels de l'IFLA*. Elle est active sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Flickr, Vimeo, YouTube) et propose ses actualités sous forme de flux RSS (IFLA 2014a).

Le Groupe régional des bibliothécaires vaudois (ci-après GRBV) s'adresse à toute personne travaillant dans une bibliothèque quelle qu'elle soit, dont le lieu de travail ou le domicile est dans le canton de Vaud. Ses missions principales sont la défense et la représentation des intérêts de la profession et des membres auprès des autorités publiques, du monde politique et de la communauté, ainsi que la collaboration avec des associations similaires. Il encourage les échanges entre professionnels par le biais de rencontres et de conférences. Il a participé à la création de l'association BiblioVAUD (GRBV 2014).

Le Groupement valaisan des bibliothèques (ci-après GVB) s'adresse à tout service d'information documentaire et à toute personne qui exerce ou a exercé une activité dans une bibliothèque ou un service d'information documentaire. Il a pour vocation première de défendre la profession, de favoriser les relations entre les bibliothèques et de promouvoir la lecture. Il propose sur son site de louer des expositions. Il est présent sur les réseaux sociaux par le biais d'un compte Facebook (GVB 2014).

#### **4.2.2.2 Ecoles proposant des formations continues courtes**

A ma connaissance, en Suisse romande et mis à part certaines associations mentionnées ci-devant, seules la Haute école de gestion de Genève et la Haute école pédagogique du canton de Vaud offrent une formation continue courte en information documentaire, la première sous forme de formations d'une à deux journées (Formations courtes 2014 ; Renaud 2014), la seconde en permettant de suivre les modules du CAS Bibliothécaire en milieu scolaire sous forme de formation continue, à l'issue de laquelle les participants reçoivent une attestation de crédits (un module représente 90 heures de travail dont 4 jours et demi de cours) (CAS 2014). A noter que le but premier du CAS, qui est aussi une formation continue, est d'être suivi en entier.

Par ailleurs, l'offre dématérialisée représente une concurrence potentielle tangible à l'heure où des classes virtuelles, webinaires et autres plateformes de e-learning et MOOC<sup>9</sup> sont proposés par le biais d'internet. J'y reviendrai dans la partie dédiée à la proposition de nouvelles prestations sous le point 7.2.1.

---

<sup>9</sup> Massive open online course.

## 5. Enquête

### 5.1 Résultats de l'analyse

Ce chapitre expose les résultats obtenus à la suite de l'analyse du questionnaire. Les quatre parties qui le constituent correspondent aux quatre parties du questionnaire. Ces parties sont les suivantes : « Vos besoins en termes de ressources professionnelles », « La CLP et vous », « Votre profil » et « Tribune libre ».

Afin de mieux cerner le public ayant répondu à l'enquête, la partie concernant le profil des répondants sera examinée en premier. Puis, suivront les autres parties du questionnaire, en croisant les données lorsque cela sera jugé pertinent.

Cette étape est cruciale dans le déroulement du travail. Tous les résultats du questionnaire ont dès lors été passés en revue. Toutefois, seules les possibilités de croisement jugées utiles ont été exploitées. Le questionnaire et un tri à plat des réponses (résultats bruts) figurent en annexes (Annexes 2 et 3).

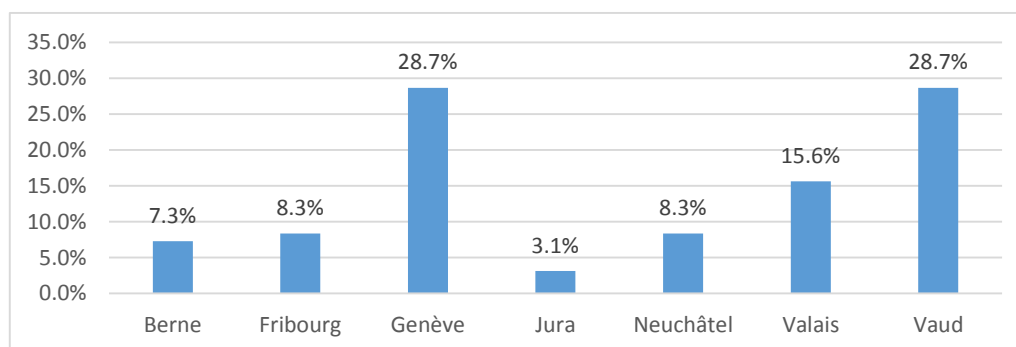
#### 5.1.1 « Votre profil »

L'objectif de cette partie est de déterminer le profil des personnes ayant répondu au questionnaire. Ces informations sont pertinentes pour évaluer la représentativité de l'échantillon en ce qui concerne les régions d'où proviennent les répondants et pour sonder le type, la taille ou le public des bibliothèques dans lesquelles ils travaillent. Ceci doit permettre de mieux cibler les prestations/actions qui seront proposées. Ces données seront, le cas échéant, croisées entre elles, ainsi qu'avec les informations obtenues dans les autres parties du questionnaire.

##### 5.1.1.1 Régions représentées

Les trois cantons les mieux représentés en pourcent de répondants sont Genève, Vaud et Valais avec, respectivement 28.7%, 28.7 % et 15.6%.

Figure 1 : [Q8] Cantons représentés





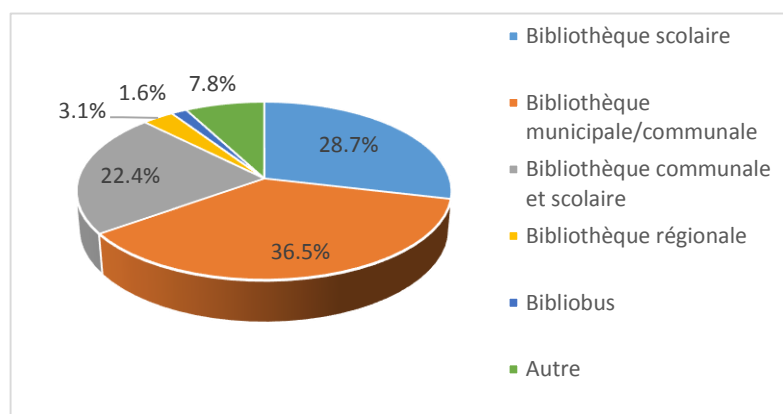
Afin d'approfondir l'étude de ce résultat et ne disposant pas de chiffres pour la taille de la population mère, il m'a semblé intéressant de prendre celle de la population des cantons respectifs (Population résidante permanente par canton 2013), en émettant l'hypothèse qu'un bassin de population plus grand a plus de bibliothèques et par conséquent plus de personnes qui y travaillent. Un bémol toutefois, chaque canton ayant sa politique en matière culturelle et d'éducation, il peut s'en trouver de plus dynamiques que d'autres en termes de réseau de bibliothèques, ce qui met quelque peu à mal cette hypothèse.

Genève, avec un taux de réponse de 6.1‰ habitants, est la mieux représentée. Viennent ensuite, presque à égalité le Valais, et Neuchâtel, avec respectivement 4.8‰ et 4.7‰ habitants, puis le Jura, 4.3‰ habitants, Vaud, 3.8‰ habitants et Fribourg, 2.8‰ habitants et enfin Berne, qui fait figure de petite dernière avec un taux de réponse de seulement 0.7‰ habitants. Ce score moyen de Fribourg et faible de Berne s'explique notamment par le fait que ces deux cantons bilingues ont la communauté francophone la plus petite. Selon cette hypothèse, on constate une présence plus marquée de Genève, tous les cantons romands restant toutefois représentés avec un taux de représentation plus ou moins important.

#### 5.1.1.2 Types de bibliothèques

Sans surprise, il ressort que 87.6% des répondants travaillent dans une bibliothèque municipale, communale et/ou scolaire. Les bibliothèques régionales et les bibliobus étant moins nombreux dans la population mère, il est logique qu'ils le soient aussi dans l'échantillon. 7.8% (15 personnes en tout sur 192) mentionnent travailler dans un autre type d'établissements que ceux listés, dont 1 personne dans une association membre collectif de la CLP, 1 personne n'ayant sans doute pas compris la question qui a répondu « bénévole » et, 3 personnes ayant coché l'option « Autre » mais sans préciser.

Figure 2 : [Q9] Type de bibliothèques



80% des personnes travaillant dans des bibliothèques scolaires travaillent également dans des institutions employant moins de 1 équivalent temps plein (ci-après ETP) à 2 ETP. Celles travaillant dans des bibliothèques communales et scolaires sont, pour 62.8 % d'entre elles, employées dans des structures analogues en termes d'ETP. Sans toutefois préjuger de la situation effective de ces personnes, elles sont sans doute susceptibles d'être plus isolées sur le plan professionnel que celles qui ont plus de collègues. Un espace d'échanges de bonnes pratiques ou des conseils bibliothéconomiques ciblés pourraient être particulièrement intéressants pour ce type de public. J'y reviendrai ultérieurement.

Figure 3 : [Q10] Type de bibliothèques et [Q11] ETP

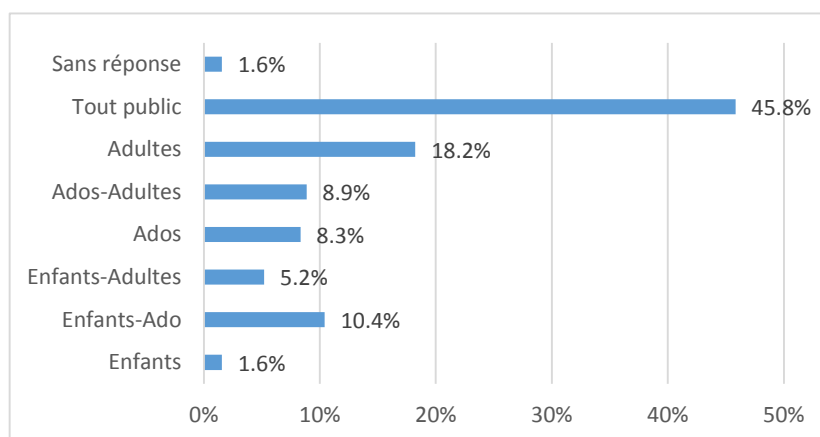
ETP	Type de bibliothèque					
	Scolaires	Municipale/ communale	Communal e/scolaire	Régionale	Bibliobus	Total général
Moins de 1 ETP	40.0%	17.1%	41.9%	0.0%	0.0%	29.4%
1 à 2 ETP	40.0%	11.4%	20.9%	50.0%	0.0%	23.7%
3 à 5 ETP	7.3%	20.0%	14.0%	0.0%	0.0%	13.6%
Plus de 5 ETP	7.3%	47.1%	18.6%	33.3%	100.0%	28.2%
Sans réponse	5.5%	4.3%	4.7%	16.7%	0.0%	5.1%
Total général %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total général (fréquence)	55	70	43	6	3	177

Pour plus de lisibilité, la catégorie « Autre » a été enlevée du graphique, d'où un total en fréquence de 177 répondants

### 5.1.1.3 Types de publics

Les bibliothèques représentées s'adressent de manière équilibrée à tous les publics. Celles s'adressant à des publics exclusivement adultes ou à des publics enfants et/ou adolescents à l'exclusion des adultes représentent, respectivement 18.2% et 20.3%, celles tous publics 45.8%. La catégorie enfants-adultes est marginale et l'on peut se demander si les personnes ayant répondu de la sorte n'ont pas voulu dire « tous publics ».

Figure 4 : [Q10] Type de publics



J'ai cherché également à savoir si la formation a une influence sur le type de public servi. Toutes les combinaisons de formation ont été examinées, puis un tri croisé, dans lequel les formations moins qualifiantes ont été regroupées avec celles du degré supérieur quand plusieurs formations étaient cochées, a été effectué. Dans ce regroupement, sont incluses les personnes qui en plus de la/des formation(s) mentionnée(s) ont coché la case « Autre », ces personnes ayant par ailleurs une formation en information documentaire. Les pourcents figurant sous « Autre » dans le tableau ne concernent donc que l'option « Autre » cochée isolément. A noter que la rubrique « Autre » prise isolément est une catégorie hybride entre ceux qui ont une formation en ID et ceux qui n'en ont pas. Elle a dès lors été traitée à part.

On ne peut pas vraiment tirer de conclusion de ce tableau, si ce n'est que les personnes ayant une formation plus élevée (ABS/BBS/EBG/ESI, HES et universitaire dans le domaine ID) sont plus nombreuses à travailler pour un public exclusivement adulte que les autres.

Figure 5 : [Q13] Type de formations ID et [Q10] type de publics

Type de public	Type de formation ID							
	CLP	ABS/BB S...	AID	HES	UNI	Pas de formatio n en ID	Autre	Total général
Enfant	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	14.3%	1.6%
Enfant-Ado	7.9%	14.0%	0.0%	10.9%	16.7%	15.4%	0.0%	10.4%
Enfant-Adulte	13.2%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	11.5%	0.0%	5.2%
Ado	2.6%	14.0%	0.0%	8.7%	16.7%	11.5%	0.0%	8.3%
Ado-Adulte	0.0%	7.0%	25.0%	8.7%	25.0%	0.0%	28.6%	8.9%
Adulte	0.0%	25.6%	10.0%	30.4%	33.3%	11.5%	14.3%	18.2%
Tout public	76.3%	37.2%	55.0%	39.1%	8.3%	42.3%	28.6%	45.8%
Sans réponse	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	0.0%	3.8%	14.3%	1.6%
Total général %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total général (fréquence)	38	43	20	46	12	26	7	192

Enfin, en effectuant un tri croisé entre le type de publics et le type de bibliothèques on observe que les répondants travaillant dans des bibliothèques scolaires, à l'exclusion de ceux travaillant dans des bibliothèques mixtes communales et scolaires, s'adressent à un public prioritairement adolescent et adulte (78.2 %). On se serait attendu à trouver dans cette catégorie plus de répondants travaillant pour des enfants. Ce qui mène au constat que l'enquête ne reflète que peu la situation de ces derniers (5.5% que enfants et 12.7% enfants et adolescents). On en revient à la difficulté rencontrée lors de l'élaboration du fichier d'adresses électroniques d'obtenir celles de toutes petites structures travaillant, le cas échéant sur une base bénévole, voire également pas encore informatisées, et par conséquent peu enclines à répondre au questionnaire, soit par manque d'intérêt, soit par manque évident de ressources.

Figure 6 : [Q10] Type de bibliothèques et [Q10] type de publics

Type de public	Type de bibliothèque					
	Scolaire	Municipale/communale	Communale/scolaire	Régionale	Bibliobus	Total général
Enfant	5.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
Enfant-Ado	12.7%	8.6%	16.3%	0.0%	0.0%	10.4%
Enfant-Adulte	0.0%	5.7%	11.6%	0.0%	0.0%	5.2%
Ado	27.3%	0.0%	2.3%	0.0%	0.0%	8.3%
Ado-Adulte	18.2%	8.6%	0.0%	0.0%	0.0%	8.9%
Adulte	32.7%	18.6%	0.0%	33.3%	0.0%	18.2%
Tout public	3.6%	54.3%	69.8%	66.7%	100.0%	45.8%
Sans réponse	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
Total général %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total général (fréquence)	55	70	43	6	3	177

Pour plus de lisibilité, la catégorie « Autre » a été enlevée du graphique, d'où un total en fréquence de 177 répondants

#### 5.1.1.4 Importance des bibliothèques en termes d'équivalent temps plein

52% des répondants travaillent dans une bibliothèque allant de moins d'1 ETP à 2 ETP, 13% dans un établissement comptant de 3 à 5 ETP et enfin 30% dans une institution comprenant plus de 5 ETP. La composition des répondants par rapport à la taille des bibliothèques en termes d'ETP est donc un peu plus marquée pour les petites structures (moins d'1 ETP à 2 ETP) que pour les moyennes et grandes structures (de 3 à 5 ETP et plus) si l'on accepte le fait qu'à partir de 3 ETP la structure est moyenne.

Si l'on croise le profil des répondants selon la formation et l'importance de la bibliothèque en termes d'ETP, on remarque que les titulaires de la formation CLP travaillent de façon

plus massive dans des structures de moins d'1 ETP à 2 ETP (76.3% contre seulement 7% dans des structures de plus de 5 ETP). Toutefois, les personnes ayant une formation universitaire affichent également un taux élevé dans les petites structures (66.7%) avec un écart faible de 10 points de pourcent inférieurs par rapport à la catégorie précédente. Les AID quant à eux, travaillent majoritairement dans des grandes structures (85%). Ce tri croisé ne démontre cependant pas l'existence d'un lien entre niveau de formation et taille de la bibliothèque en termes d'ETP, mais dessine peut-être des tendances pour certaines d'entre elles.

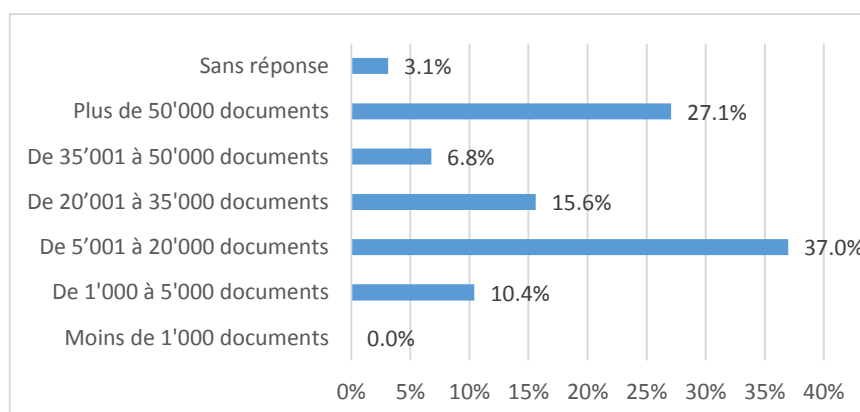
Figure 7 : [Q13] Type de formations et [Q11] ETP

ETP	Type de formation ID							
	CLP	ABS/BB S...	AID	HES	UNI	Pas de formatio n en ID	Autre	Total général
Moins d'1 ETP	44.7%	23.3%	10.0%	13.0%	50.0%	42.3%	42.9%	28.6%
De 1 à 2 ETP	31.6%	20.9%	5.0%	34.8%	16.7%	11.5%	28.6%	23.4%
De 3 à 5 ETP	10.5%	11.6%	40.0%	13.0%	0.0%	7.7%	0.0%	13.0%
Plus de 5 ETP	7.9%	39.5%	45.0%	37.0%	25.0%	26.9%	28.6%	30.2%
Sans réponse	5.3%	4.7%	0.0%	2.2%	8.3%	11.5%	0.0%	4.7%
Total général %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total général (fréquence)	38	43	20	46	12	26	7	192

#### 5.1.1.5 Importance des bibliothèques en termes de nombre de documents

Les bibliothèques de taille moyenne possédant de 5'001 à 35'000 documents représentent 52.6%. Les grandes bibliothèques possédant de 35'001 à plus de 50'000 documents représentent 33.9%.

Figure 8 : [Q12] Taille en documents



Il a tout naturellement été trouvé un lien entre le nombre d'ETP et la taille en nombre de documents, les bibliothèques avec une collection plus importante ayant simultanément plus de personnel en termes d'ETP pour s'en occuper.

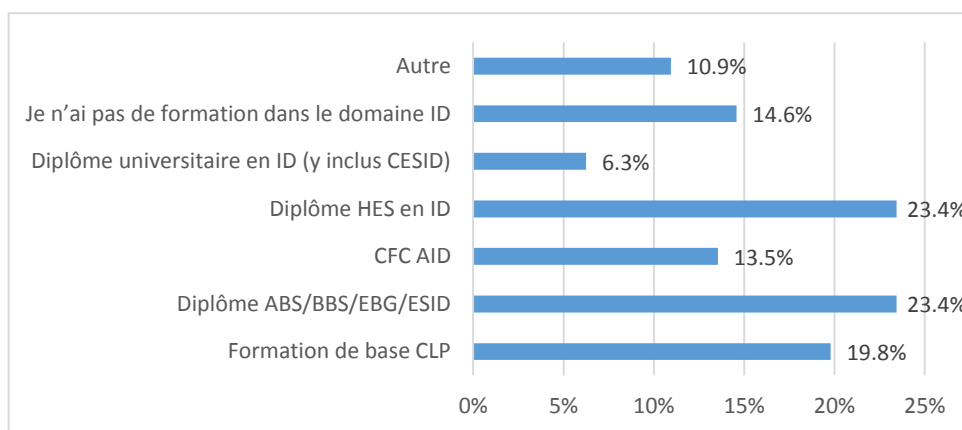
Figure 9 : [Q12] Taille en documents et [Q11] ETP

ETP	Taille en documents						Total général
	1'000 à 5'000 docs	5'001 à 20'000 docs	20'001 à 35'000 docs	35'0001 à 50'000 docs	Plus de 50'000 docs	Sans réponse	
Moins de 1 ETP	14	39				2	55
1 à 2 ETP	3	29	12	1			45
3 à 5 ETP		1	12	4	7	1	25
Plus de 5 ETP	1		6	8	42	1	58
Sans réponse	2	2			3	2	9
Total général	20	71	30	13	52	6	192

#### 5.1.1.6 Formation en information documentaire

Si l'on tient compte du total des réponses, le choix multiple permettant d'en cocher plusieurs, les attestations de bibliothécaire CLP, les diplômes ABS/BBS/EBG/ESID et HES, sont les mieux représentés.

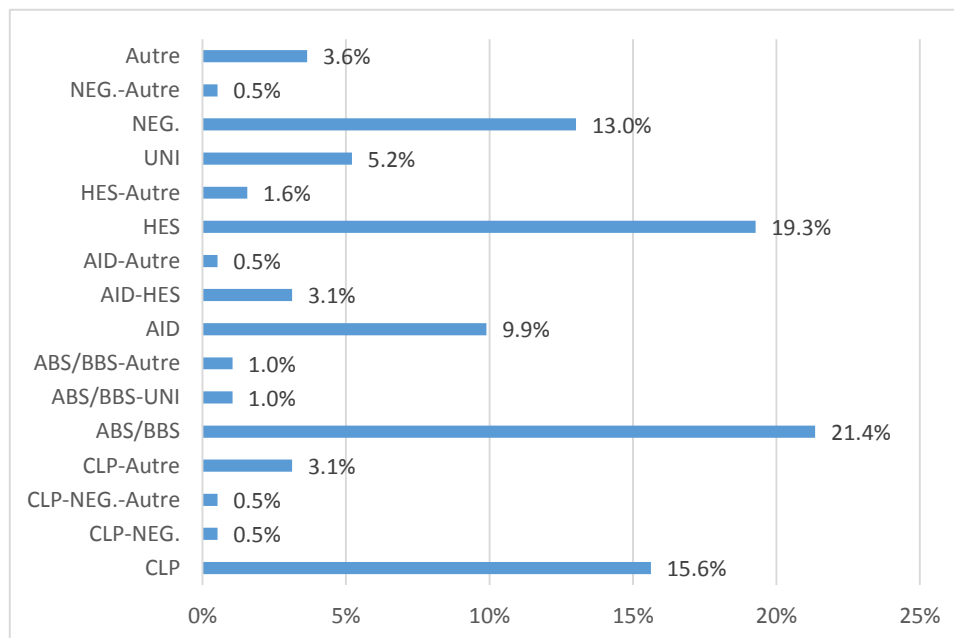
Figure 10 : [Q13] Type de formations ID (total des réponses)



Si le total est supérieur à 100% c'est qu'il y avait l'option de cocher plusieurs réponses

Si l'on tient compte du total de répondants, et non de celui des réponses, 82.8% ont une formation en ID contre 13.5% qui n'en ont pas (NEG<sup>10</sup>. dans le graphique ci-dessous), avec une marge de 3.6% de réponses qui figurent dans la rubrique « Autre ».

Figure 11 : [Q13] Type de formations ID (total des répondants)



Les pourcent ne totalisent pas complètement 100 à cause de l'arrondissement.

Les formations indiquées dans la rubrique « Autre » sont les suivantes :

- En formation (BVE 2014, AID, HES-ID)
- CAS en gestion de documentation et de bibliothèque
- Diplômes étrangers
- Libraire
- CFC d'employé de commerce
- Diplômes universitaires autre qu'ID (dont Master)

#### 5.1.1.7 Conclusion

Le profil type du public a les particularités suivantes :

- Il travaille dans les divers cantons romands, Fribourg et Berne étant toutefois sous-représentées et Genève surreprésentée. Une action de communication en direction des cantons les moins représentés serait intéressante car ils constituent un bassin de membres potentiels moins touchés par l'enquête.
- Il exerce son activité majoritairement dans une bibliothèque municipale, communale et/ou scolaire, ce qui correspond au public cible de l'enquête !

<sup>10</sup> NEG. est l'abréviation de « négatif » et correspond ici aux répondants sans formation en ID.



- Les bibliothèques qu'il représente s'adressent de manière équilibrée aux différents publics. La formation continue proposée devrait tenir compte de ce fait dans l'équilibre des thèmes proposés.
- Enfin, il est en très grande majorité formé en information documentaire avec une représentation plus forte des diplômés CLP, ABS/BBS/EBG/ESID et HES. Les propositions de prestations devront prendre en compte ce résultat et conforter le Groupe romand de la CLP dans son offre de formations continues pour la mise à niveau de personnes déjà formées en information documentaire, sans toutefois négliger le projet de mettre en œuvre l'obtention du CFC AID par l'intermédiaire de l'art. 32 de la Loi fédérale sur la formation professionnelle, projet visant les personnes non ou peu formées (formation CLP) dans ce domaine.

Le profil type des institutions dans lesquelles travaillent les répondants est le suivant :

- Leur taille en termes d'ETP est variable, avec une représentation plus marquée pour les bibliothèques de moins de 1 ETP à 2 ETP. Les actions suggérées pourraient l'être en faveur de ces petites structures afin de s'en faire mieux connaître et de mieux répondre à leurs attentes. Des prestations de conseil seraient particulièrement intéressantes, les petites équipes ayant moins de collègues avec qui échanger.
- Leur taille en termes de collections se trouve majoritairement entre 1'000 à 20'000 documents, avec une présence un peu moins prononcée au-dessus de 35'000 documents. Ce résultat conforte le précédent, les bibliothèques de moins de 1 ETP à 2 ETP sont logiquement des bibliothèques avec une collection petite ou moyenne en termes de nombre de documents.

A noter que le profil de ce non-membre type est un artefact construit pour les besoins du propos. Dans les fait et quoiqu'ils aient été nuancés, les différents aspects mentionnés ci-devant ne se retrouvent pas tous chez tous les répondants ou dans une seule et même personne. Une distinction entre non-membre formé dans le domaine et sans formation, les types de bibliothèques (petite ou grande), ou encore les types de publics (adulte, adolescent ou enfant) pour lesquels ils travaillent seront plus opérationnels pour décider quelles actions mener parmi celles suggérées dans ce travail.

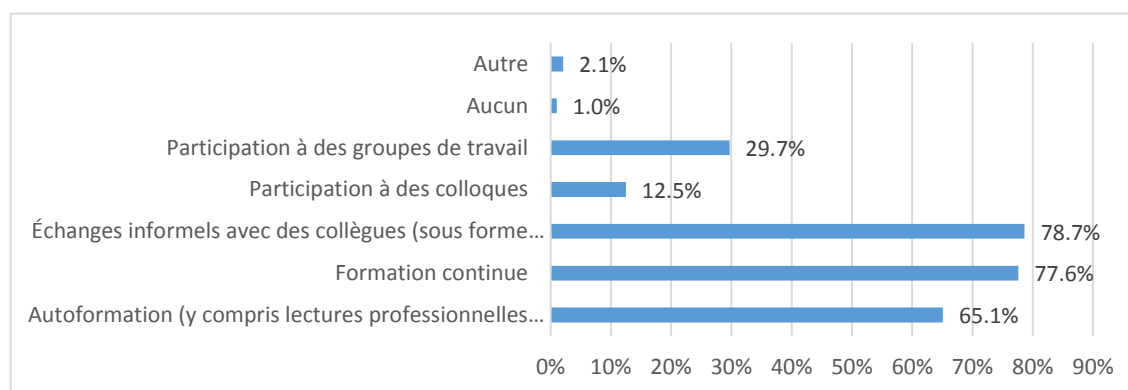
### 5.1.2 « Vos besoins en termes de ressources professionnelles »

Le but de cette partie est d'identifier des besoins en termes de ressources professionnelles chez les non-membres et les moyens qu'ils mettent déjà en œuvre pour les combler.

#### 5.1.2.1 Types de moyens privilégiés

Les moyens privilégiés par les répondants pour s'adapter à l'évolution de leur environnement professionnel sont à une écrasante majorité les échanges informels, la formation continue et l'autoformation. La participation à des colloques et/ou à des groupes de travail comme action plus ponctuelles est moins prisée. La rubrique « Autre » est minoritaire et n'apporte pas d'information supplémentaire, mis à part la participation à des formations plus « officielles » (formation HEG-ID, formation BVE<sup>11</sup> 2014, cours officiel organisé par le DIP du canton de Berne).

Figure 12 : [Q1] Type de moyens privilégiés



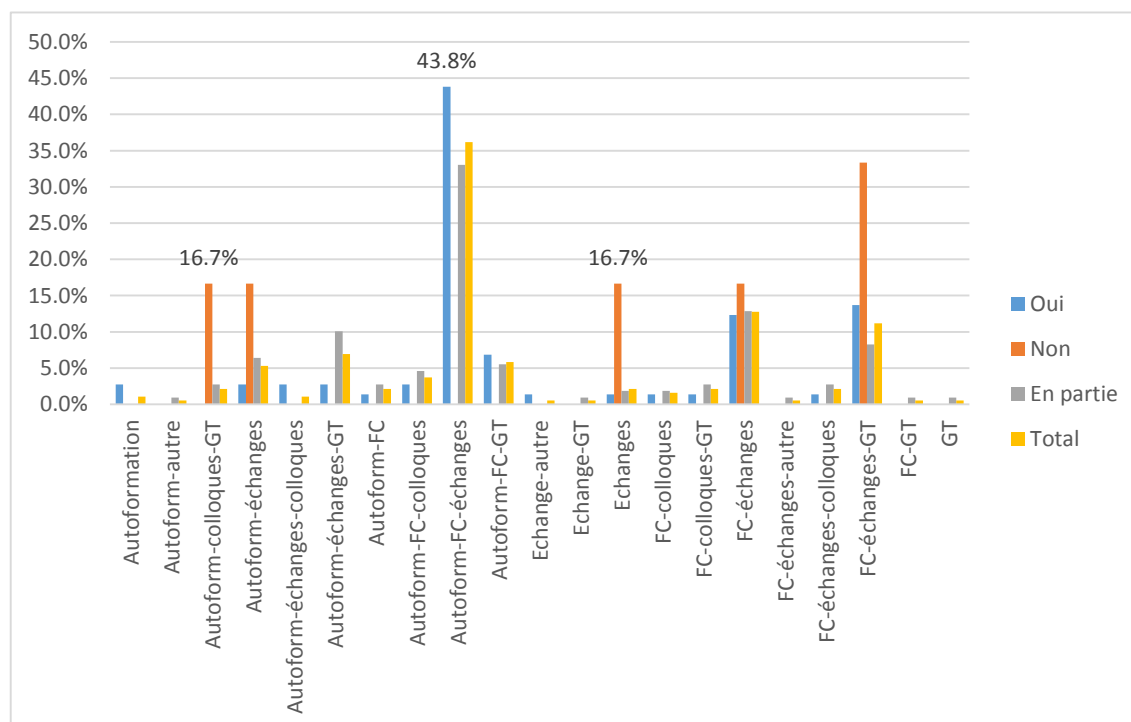
<sup>11</sup> N.B. : Je n'ai pas trouvé la signification de ce sigle.

Si l'on regarde les réponses à la question 2 concernant le degré de satisfaction des besoins en fonction des moyens mis en œuvre, on constate que la combinaison autoformation-formation continue-échanges est celle qui comptabilise le plus de voix positives avec 43.8% de « oui » et 0% de « non » pour un total de 36.2% de répondants.

Le type de moyens qui remporte le plus de réponses négatives proportionnellement aux variables « oui » et « en partie » sont les échanges de manière isolée (16.7% contre 1.4% et 1.8%) et la combinaison autoformation-colloques-groupe de travail (16.7% contre 0% et 2.8%). Cela pourrait être interprété de la façon suivante : l'autoformation sans formations continues et échanges ou les échanges sans autoformations et formations continues ne sont pas ressentis comme suffisants pour combler les besoins d'adaptation à l'évolution de son contexte professionnel.

Toutefois, il faut nuancer cette appréciation, les rubriques « échanges » et « autoformation-colloques-groupe de travail » ne se rapportant chacune qu'à 2.1% des répondants. Ce graphique incite donc à la prudence.

Figure 13 : [Q1] Type de moyens privilégiés et [Q2] degré de satisfaction

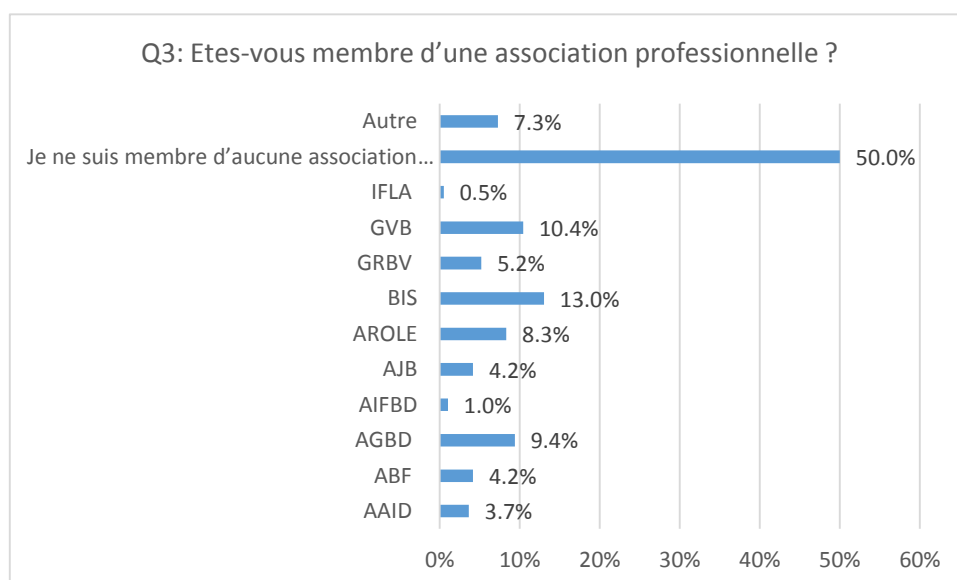


Pour plus de lisibilité, les « sans réponse » et « autre » pris isolément ont été enlevés du graphique car ils étaient non significatifs.

### 5.1.2.2 Associations professionnelles

La moitié des répondants n'est membre d'aucune association professionnelle. Dans la rubrique « Autre », quatre d'entre eux travaillent dans des bibliothèques membres collectifs d'associations (dont la CLP principalement). Les autres associations mentionnées sont : ADM (Arbeitsgemeinschaft Deutschschweizer Mittelschulmediotheken), AILIS (Association of International Librarians and Information Specialists), CILIP (Chartered Institute of Library and Information Professionals), GLEBS (Groupement Bibliothèques Scolaires Lausanne et environs), Interbiblio (Bibliothèques interculturelles de Suisse), SIKJM (Schweizerisches Institut für Kinder- und Jugendmedien), VSA-AAS (Association des archivistes suisses) et impressum (association professionnelle de journalistes de Suisse et de la Principauté du Liechtenstein).

Figure 14 : [Q3] Membre d'une association



Cette question étant un choix multiple, le type de combinaisons se trouvant dans l'échantillon a été considéré. Il en ressort que 88.5% des 26 répondants qui n'ont pas de formation ID ne font partie d'aucune association. Il pourrait y avoir une relation entre le fait de ne pas avoir suivi de formation en ID et le manque d'intérêt à être membre d'une association professionnelle dans ce domaine. Or, il peut exister d'autres variables qui influencent le fait de s'affilier ou non, comme le manque de temps et de ressources financières. De même, plus de la moitié (58.3%) des 12 répondants qui ont une formation universitaire ne font partie d'aucune association, ce qui tendrait à infirmer l'hypothèse que le manque d'intérêt à être membre d'une association professionnelle dans le domaine bibliothéconomique provient du fait de ne pas avoir de formation dans ce domaine. Alternativement, on pourrait interpréter ces résultats comme le fait qu'aux deux bouts de la chaîne, du niveau de formation le plus élevé à pas de formation du tout dans le domaine, on observe un manque d'intérêt et/ou de moyens à être affilié à ce type d'association.

Figure 15 : [Q13] Type de formations ID et [Q3] membre d'une association

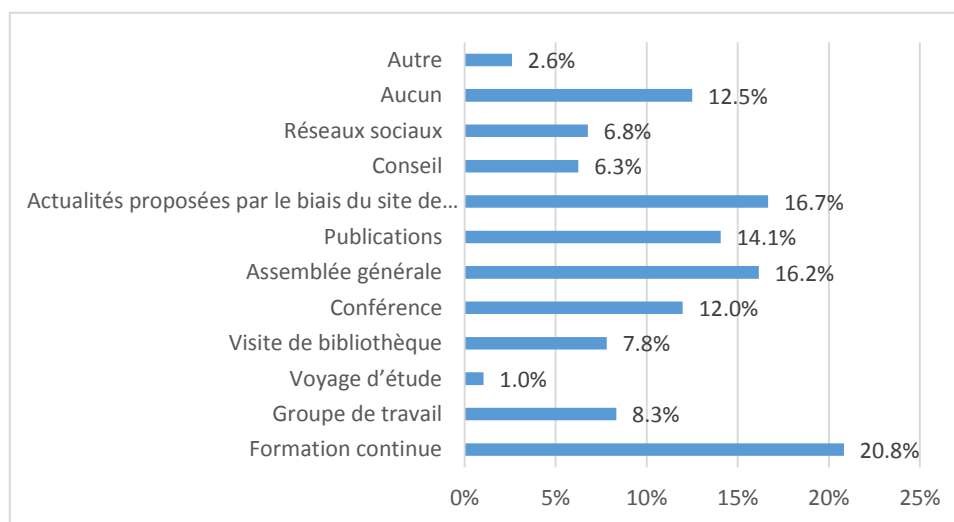
Membre d'une association	Type de formation ID							
	CLP	ABS/BB S...	AID	HES	UNI	Pas de formation ID	Autre	Total général
AAID	0.0%	0.0%	25.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%
NEG.	47.4%	30.2%	50.0%	37.0%	58.3%	88.5%	71.4%	48.4%
Autre	7.9%	2.3%	0.0%	4.3%	8.3%	7.7%	0.0%	4.7%
ABF	5.3%	0.0%	5.0%	0.0%	8.3%	0.0%	14.3%	2.6%
AGBD	0.0%	11.6%	5.0%	15.2%	16.7%	0.0%	0.0%	7.8%
AGBD-BIS	0.0%	4.7%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
AJB	2.6%	9.3%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%
AROLE	5.3%	2.3%	0.0%	4.3%	0.0%	3.8%	0.0%	3.1%
AROLE-GVB	5.3%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
BIS	0.0%	7.0%	0.0%	6.5%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%
BIS-Autre	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	8.3%	0.0%	0.0%	1.6%
BIS-GRBV	0.0%	2.3%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%
BIS-GVB	0.0%	4.7%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%
GRBV	0.0%	9.3%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%
GVB	15.8%	2.3%	10.0%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.7%
Total général %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total général (fréquence)	38	43	20	46	12	26	7	192

Pour plus de lisibilité, les combinaisons correspondant à un seul ou 2 répondants ont été masquées, ce qui explique que lorsqu'on additionne les colonnes on n'arrive pas à 100% et que toutes les associations ne figurent pas dans le tableau

### 5.1.2.3 Appel à prestations d'associations similaires

Cette question était également une question à choix multiples. Parmi les prestations plébiscitées, on retrouve la formation continue, 20.8% de personnes y ont fait appel, les actualités par le biais du site de l'association, 16.7% et les assemblées générales, 16.2%. Il a moins été fait appel aux réseaux sociaux, 6.8% et au conseil, 6.3%. Enfin, seule une personne sur cent a pu effectuer un voyage d'étude par le biais de son association. Ces résultats dépendent bien entendu de l'offre des associations respectives, des voyages d'étude ou une interaction par le biais des médias sociaux, par exemple, n'étant pas forcément offerts par toutes les associations. La rubrique « Autre » amène les prestations additionnelles notables suivantes : réductions pour le congrès de l'IFLA, tables rondes et séances.

Figure 16 : [Q3.1] Appel à prestations offertes



### 5.1.2.4 Conclusion

Les besoins exprimés en termes de ressources professionnelles permettent de tirer les conclusions suivantes :

- Promouvoir des échanges informels, de la formation continue et de l'autoformation ressortent comme des actions importantes car elles permettent de combler les besoins des membres potentiels selon ces résultats. Pour les répondants ayant répondu être entièrement satisfaits par cette combinaison de moyens d'adaptation (réponse « Oui » à la question Q2), cette offre pourrait constituer une alternative à leur stratégie actuelle. En ce qui concerne la formation continue, l'offre de la CLP est déjà très étoffée. Par contre, encourager les échanges informels par le biais d'un compte Facebook ou l'autoformation par le biais d'outils mis à disposition sur le site pourrait être une voie à développer pour la CLP, sans négliger les autres prestations qui sont également valorisées.
- La moitié des personnes ayant répondu au questionnaire n'est membre d'aucune association professionnelle. Il paraît important par rapport à ce potentiel de proposer des actions pour permettre à la CLP d'être plus impliquée dans sa communication envers les non-membres, ceci afin de les convaincre des atouts

liés à l'adhésion à une association telle que la CLP, notamment pour la défense et la promotion de la profession et pour leur développement personnel dans le cadre de leur institution.

- Des actions de promotion des formations existantes auprès des personnes sans formation dans le domaine ID représenteraient également une piste à suivre. Les formes qu'elles pourraient prendre seraient par exemple un mailing aux bibliothèques d'un flyer explicatif concernant les formations qui existent, une explication de l'implication de la CLP dans ces formations, leurs avantages et apports respectifs, tout en insistant sur la nécessité de nos jours de posséder un titre certifiant. Ces formes de promotion des formations existantes seront analysées par la suite.
- Le type de prestations auxquelles ont fait appel les répondants membres d'une association similaire pourrait amener la CLP à développer certaines d'entre elles, comme le conseil, les réseaux sociaux, les actualités (certaines sont actuellement en projet). De même, les prestations similaires à celles offertes par la CLP, comme la formation continue ou les groupes de travail, pourraient la conduire à mieux faire connaître leurs spécificités pour les distinguer des offres concurrentes.

### 5.1.3 « La CLP et vous »

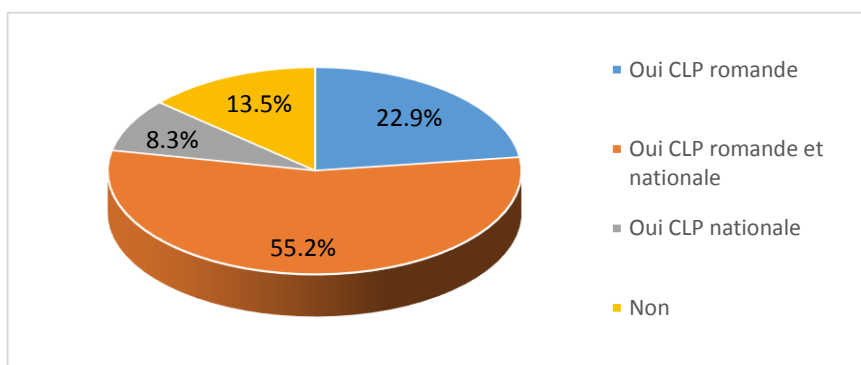
Dans cette partie, les sujets suivants sont abordés : la perception qu'ont les non-membres de la CLP (pour ceux qui la connaissent), les facteurs qui les amèneraient à une adhésion dans un futur hypothétique et l'identification des personnes dont l'institution ou elles-mêmes ont été membres par le passé, ainsi que les causes de leur désaffiliation.

#### 5.1.3.1 Connaissance ou méconnaissance de la CLP

Il aura été question ici d'identifier les personnes qui connaissent la CLP. Plus de la moitié des répondants dit connaître tant l'association nationale que le Groupe romand. 31.2% connaissent l'un ou l'autre et seuls 13.5% ne connaissent pas du tout la CLP, ce qui représente 26 personnes sur 192.

Ce graphique permet l'observation suivante : si une grande majorité des non-membres connaissent la CLP, près d'un tiers ne savent pas qu'elle est constituée d'une entité nationale et de groupes régionaux. La structure quelque peu compliquée de la CLP explique peut-être cette méconnaissance.

Figure 17 : [Q4] Connaissance de la CLP





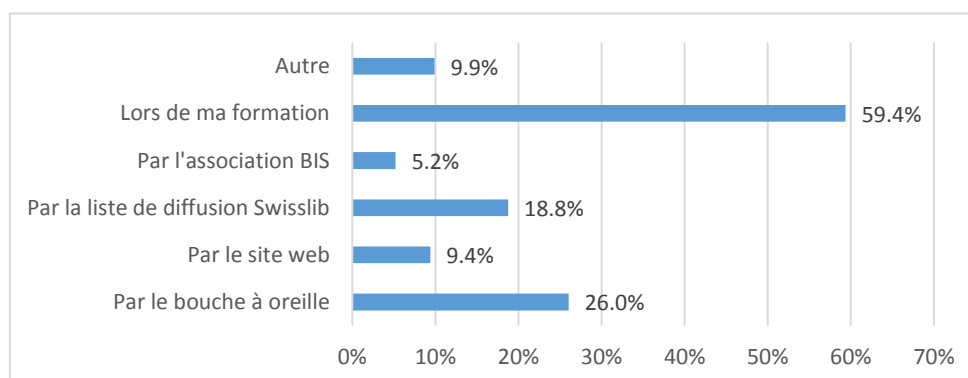
Sans réelle surprise, la majorité des personnes ne connaissant pas la CLP (65.4%) sont des personnes sans formation en ID. Toutes celles ayant suivi la formation HES la connaissent. Mais il y a tout de même 10% des personnes ayant une formation AID et 8.3% de celles ayant une formation universitaire en ID qui ne la connaissent pas. Ce dernier résultat est surprenant pour des personnes travaillant en lecture publique. Parmi les 7 personnes figurant sous « Autre » ci-dessous et qui ne connaissent pas la CLP, une est libraire, une a un diplôme étranger, et un Master in Life Science.

Figure 18 : [Q13] Type de formations ID et [Q4] connaissance de la CLP

Connaissance de la CLP	Type de formation ID							
	CLP	ABS/BB S...	AID	HES	UNI	Pas de formation ID	Autre	Total général
Oui CLP romande	15.8%	23.3%	35.0%	28.3%	16.7%	19.2%	14.3%	22.9%
Oui CLP romande et nationale	81.6%	67.4%	45.0%	60.9%	50.0%	7.7%	14.3%	55.2%
Oui CLP nationale	2.6%	2.3%	10.0%	10.9%	25.0%	7.7%	28.6%	8.3%
Non	0.0%	7.0%	10.0%	0.0%	8.3%	65.4%	42.9%	13.5%
Total général en %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total général (fréquence)	38	43	20	46	12	26	7	192

Une question a été posée pour savoir par quel biais ces personnes connaissent la CLP. La formation caracole en tête des canaux indiqués, avec presque 60%. Viennent ensuite le bouche à oreille et la liste de diffusion Swiss-lib. Dans la rubrique « Autre », on trouve Bibliomedia, la bibliothèque, le travail, la formation continue, le journal (papier), le catalogue de formation continue de la CLP, une mention « pour y avoir donné des cours » et enfin les collègues et le stage pré-HES.

Figure 19 : [Q4.1] Medium

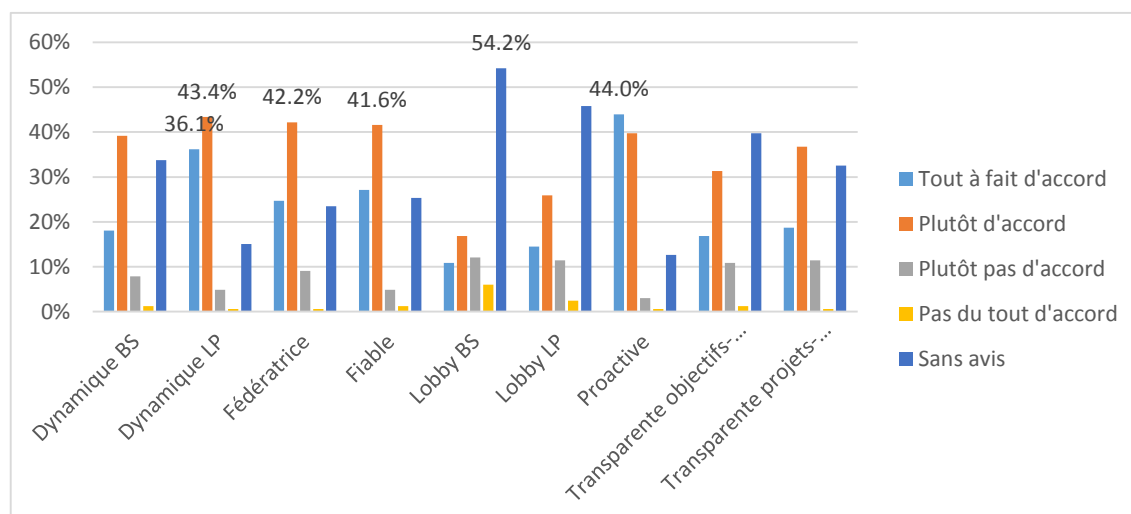


### 5.1.3.2 Image de la CLP

Cette partie concerne l'image de la CLP qu'ont les non-membres connaissant son existence.

66.9% des répondants sont d'avis qu'elle est fédératrice et 1 personne sur dix pense le contraire. Les autres personnes ne se sont pas prononcées. Plus de quatre cinquièmes (83.7%) pensent qu'elle est proactive avec seulement 3.6% qui sont d'avis du contraire. 79.5% pensent également qu'elle est dynamique dans son offre de services en lien avec la lecture publique, alors que seuls 57.2% sont du même avis concernant les offres pour les bibliothèques scolaires. Il est intéressant de noter ici un taux plus important de « sans avis » (un peu plus d'un tiers des répondants), ce qui montre que la question du dynamisme de la CLP en regard des bibliothèques scolaires est méconnue pour ces personnes. 68.7% pensent qu'elle est fiable contre 6% d'avis négatifs. La question de la transparence concernant ses projets et réalisations, d'une part, et ses objectifs, son fonctionnement et ses ressources, d'autre part, recueille plus d'avis négatifs que les autres questions avec 12% chacune. Là aussi, les taux de « sans avis » sont plus importants (respectivement 32.5% et 39.8%). La question du lobbying est encore plus tranchée. En effet, pour la lecture publique, 40.4% ont un avis favorable pour 13.9% d'avis défavorables et 45.8% de « sans avis ». En ce qui concerne les bibliothèques scolaires, 27.7% ont un avis favorable pour 18.1% d'avis défavorables et 54.2% de « sans avis ». Ces résultats reflètent ce qui a été dit ci-devant sur la CLP et le lobbying (cf. point 4.1.4.2 Le lobbying).

Figure 20 : [Q4.2] Image de la CLP



En résumé, si la CLP est perçue comme fédératrice et fiable par plus de 60% des répondant, son rôle de lobby pour les bibliothèques est en revanche mis à mal ou ignoré par une partie non négligeable des répondants (cela est encore plus flagrant pour ce qui concerne les bibliothèques scolaires que pour ce qui a trait à la lecture publique). Notons également qu'elle est ressentie par la majorité des répondants comme proactive et dynamique. Toutefois, pour ce dernier point, son dynamisme est souligné surtout en ce qui concerne là aussi la lecture publique. Enfin, la question de la transparence quant à ses objectifs, son fonctionnement et ses ressources recueille le taux le plus important de « sans avis » et d'avis négatifs, si l'on excepte celle liée au lobbying qui en comptabilise encore plus.

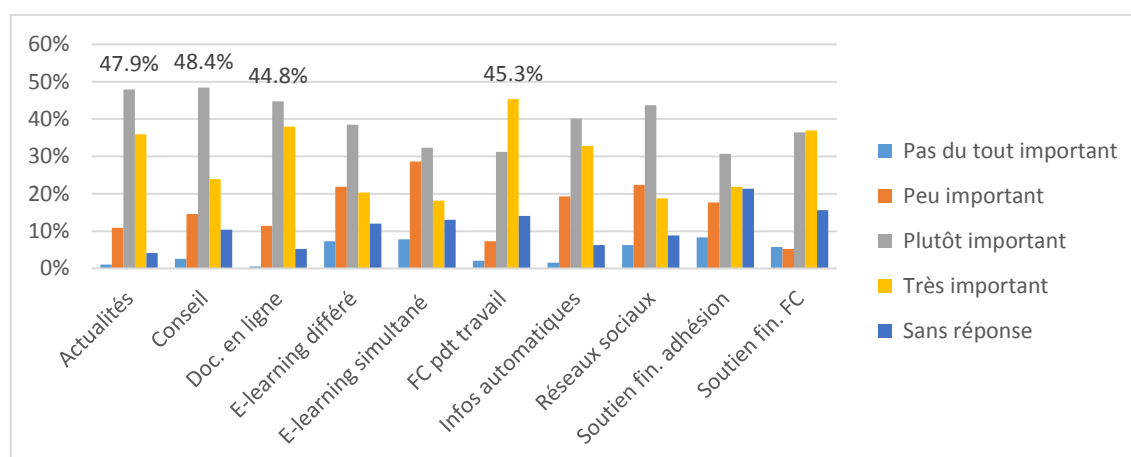
### 5.1.3.3 Facteurs d'adhésion ou de non adhésion

Les répondants ont été questionnés sur les facteurs qui pourraient les amener à devenir membres.

Pour les facteurs dits « endogènes », à savoir ceux sur lesquels il est difficile d'exercer une action quelconque car émanant de l'intérieur d'un organisme, ou d'une structure, en dehors de tout apport ou influence extérieure (« Toupictionnaire » 2014), la possibilité de faire des formations sur ses heures de travail et le soutien financier de l'institution pour la formation continue sont jugés comme très importants et plutôt importants par plus de sept personnes sur dix (respectivement 76.6% et 73.4%). Le soutien financier pour l'adhésion remporte quant à lui 52.6% d'avis positifs.

Pour les facteurs dits « exogènes », à savoir ceux qui émanent de l'extérieur d'un organisme ou d'une structure (« Toupictionnaire » 2014), donc sur lesquels il est plus facile d'agir, quatre personnes sur cinq plébiscitent le fait de pouvoir disposer d'actualités et/ou de documentation en ligne par le biais du site de l'association (respectivement 83.9% et 82.8%). Plus de sept sur dix estiment très important ou plutôt important d'être informés automatiquement des activités de la CLP ou de pouvoir bénéficier de conseils ciblés par les membres de l'association (respectivement 72.9% et 72.4%). 62.5% jugent l'usage des réseaux sociaux comme très important ou plutôt important. Quant au e-learning, il est considéré comme très important ou plutôt important par une bonne moitié des répondants (58.9% pour le e-learning en différé ou asynchrone, et 50.5% pour le e-learning en simultané ou synchrone).

Figure 21 : [Q5.1-2] Facteurs d'adhésion



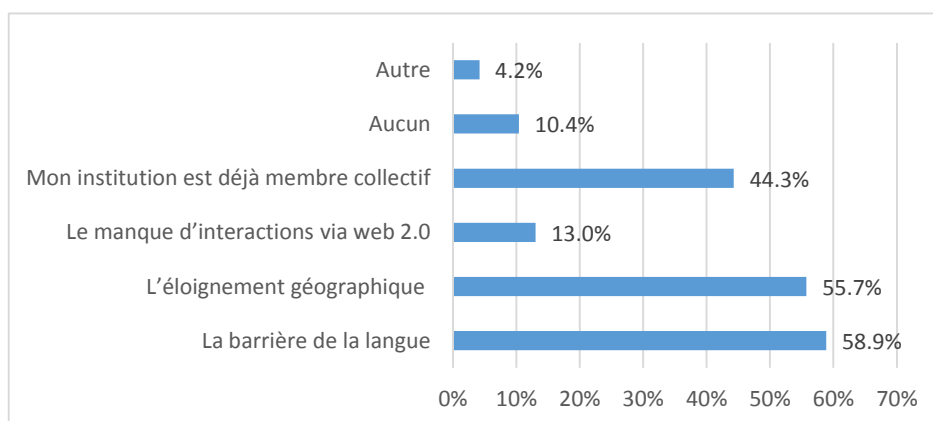
Les autres facteurs qui conduiraient les répondants à adhérer à la CLP sont :

- Débuter la formation AID par le biais de l'art. 32 (de la Loi fédérale sur la formation professionnelle)

- Revaloriser la formation CLP
- Un rôle d'évaluation des compétences professionnelles
- Une reconnaissance des formations/diplômes étrangers
- Une participation plus active au développement de la lecture publique
- Une meilleure défense (lobbying) des professionnels ID (notamment pour la LP et dans les cantons du Jura et de Neuchâtel)
- Etre convaincu de son dynamisme
- Des rencontres internationales en lecture publique
- Plus de réseautage, d'échanges d'expériences (notamment par le biais d'une plateforme d'échange et d'un serveur institutionnel où déposer et échanger des idées d'animations)
- Une formation continue plus en lien avec les bibliothèques scolaires
- Un soutien ciblé (conseil)
- Des expositions
- Des rencontres informelles (dîner, soirées)

Les facteurs qui décourageraient les non-membres individuels à le devenir sont : la langue pour 58.9% d'entre eux, l'éloignement géographique pour 55.7% et le fait que leur institution soit déjà membre pour 44.3%. Au vu des résultats précédents, on aurait pu s'attendre à trouver un taux plus élevé concernant le manque d'interaction via des outils du web 2.0, ce qui n'est toutefois pas le cas (seuls 13% des répondants ont coché cette option). Les personnes intéressées ne seraient en grande majorité pas découragées par ce manque d'interaction tout en l'estimant importante dans leur décision quant à une adhésion potentielle. Il y a là une contradiction peut-être due au fait de l'expression « web 2.0 » dont la signification n'est pas forcément claire de prime abord pour tout le monde.

Figure 22 : [Q6] Facteurs de non adhésion



Les autres facteurs qui les décourageraient :

- Le manque de soutien et d'information de la hiérarchie

- Le manque de temps et/ou de ressources pour être membre actif
- Le manque d'intérêt professionnel (petites structures, bénévoles)
- Le manque de transparence (connaître les tenants et aboutissants)
- Leur bibliothèque est déjà membre collectif
- Le manque de reconnaissance de l'apprentissage
- Une perte d'influence de la CLP au profit du canton (l'exemple de la perte d'influence des normes CLP pour les bibliothèques scolaires dans le canton de Vaud (DGEO 2007) qui a instauré ses propres normes)

#### **5.1.3.4 Membre ou non par le passé**

La question de savoir si les répondants avaient ou non été membres par le passé avait pour but de recueillir des informations sur les motifs de désaffiliation, afin de pouvoir identifier un éventuel mécontentement à l'encontre de la CLP.

61.5% des répondants n'ont jamais été membres mais leur bibliothèque est membre collectif. Ce taux est relativement important et nous verrons par la suite que beaucoup de non-membres ne ressentent pas le besoin de le devenir individuellement car ils bénéficient des prestations de la CLP par le biais de leur institution.

Seules sept personnes sur 192 disent avoir été membres individuels et ne plus l'être. Pour ces personnes, une question ouverte a été posée afin de recueillir les motifs de leur désaffiliation. Trois personnes se sont désinscrites car leur bibliothèque est ou était membre collectif. Une personne ajoute au fait que son institution est membre collectif le fait d'être déjà membre individuel de son association régionale et de BIS. On en déduira qu'elle trouve cela suffisant. De manière plus notable, une personne dit que la CLP n'est pas suffisamment en rapport avec l'univers des bibliothèques scolaires. Une personne dit être retraitée et bénévole. On peut en déduire qu'elle n'y voit pas d'intérêt étant donné sa situation socioprofessionnelle. Enfin, une personne n'a pas précisé.

#### **5.1.3.5 Conclusion**

Les conclusions qui peuvent être déduites de la section précédente sont les suivantes :

- Ceux qui connaissent la CLP parmi l'échantillon et qui émettent un avis la perçoivent comme fédératrice, fiable et proactive. Son dynamisme est perçu de façon plus nuancée pour les prestations et actions envers les bibliothèques scolaires. Ici, le taux de « sans avis » laisse penser que lesdites prestations et actions dirigées vers ce public ne sont pas assez médiatisées pour leur permettre d'avoir une opinion. Ce manque de médiatisation se ressent aussi au travers de la question de la transparence qui recense un nombre plus élevé d'opinions négatives et de « sans avis ». Enfin, le rôle de lobbying de la CLP n'est pas très bien perçu non plus, là encore plus pour ce qui a trait aux bibliothèques scolaires qu'en ce qui concerne la lecture publique. Des solutions pour une meilleure médiation des prestations et des actions de la CLP devront être proposées si l'on s'en tient à ces résultats, voire, le cas échéant, comme pour le lobbying, la

proposition d'actions à développer. Plus de prestations et actions en faveur des bibliothèques scolaires devront l'être également.

- Les facteurs d'adhésion « endogènes » sont, dans le cas d'espèce, la capacité financière d'un répondant et la possibilité qu'il a ou non de faire des formations pendant son temps de travail. S'il est difficile d'agir sur ces facteurs, une meilleure communication des prestations et actions de la CLP auprès des bibliothèques publiques et scolaires peut avoir un impact en ce qu'elle peut les inciter à soutenir leur personnel dans le sens d'une adhésion, que ce soit par la subvention des cotisations d'adhésion et/ou le financement des formations, ou encore en leur permettant d'assister à ces dernières pendant leurs heures de travail.
- Les facteurs « exogènes » sont par exemple le fait de favoriser le réseautage ou de proposer dans l'offre de prestations des conseils personnalisés. Là, un meilleur usage des outils du web 2.0 permettrait sans doute de mieux répondre aux attentes des membres potentiels (actualités et documentation en ligne, usage des réseaux sociaux pour informer les membres des activités des Groupes régionaux, leurs prodiguer des conseils, leur permettre d'échanger de manière informelle, etc.). Mettre en place une plateforme pédagogique pour proposer de suivre les formations à distance permettrait également de toucher un plus grand nombre de personnes, si tant est que ce type de produits corresponde à une demande effective, ce qui semble être le cas pour la moitié des répondants.
- Parmi les facteurs décourageants, le facteur principal est sans surprise la barrière de la langue. Ce problème a déjà été soulevé dans l'enquête de Cardinaux, Christen et Bezençon (2008) et il conviendrait de proposer des solutions pour y remédier. Le problème de l'éloignement géographique pourrait être solutionné par la mise en place d'une plateforme de e-learning ou des classes virtuelles. Par contre, il ressort clairement des facteurs décourageants et des raisons de désaffiliation de la CLP, que le fait que la bibliothèque soit déjà membre collectif est une cause majeure de désinscription et de non-adhésion en tant que membre individuel. Ce constat est aussi corroboré par les deux tiers des répondants qui disent ne jamais avoir été membres mais dont la bibliothèque est membre collectif. Il confirme l'hypothèse de travail posée sous le point 3.3.4 selon laquelle les professionnels romands dont la bibliothèque est déjà membre collectif ne ressentent pas le besoin de devenir membre individuel pour bénéficier des prestations de la CLP. Il paraîtrait donc important à première vue de proposer des moyens pour mettre en valeur le statut de membre individuel, lorsque l'institution est déjà membre collectif. Toutefois, ce double emploi de membre collectif et individuel ne serait bénéfique peut-être ni pour les uns, ni pour les autres. Les membres collectifs ont en effet un poids financier qu'il ne faut pas négliger et il ne faudrait pas encourager l'affiliation individuelle au détriment de l'affiliation collective. Deux pistes à explorer, qui ressortent des entretiens menés avec des membres du comité en aval du questionnaire, seraient d'une part de trouver un moyen de toucher plus de bibliothécaires par l'entremise des membres collectifs, afin de les amener à être actifs dans l'association sans nécessairement les encourager à adhérer. Ainsi, les publics seraient plus nombreux à bénéficier des formations continues au tarif adhérent, à participer aux groupes de travail, aux voyages culturels et aux autres activités offertes par l'association et l'association aurait en retour plus de forces vives. D'autre part, l'association pourrait proposer un rabais supplémentaire aux formations continues, voire à d'autres prestations, pour chaque membre individuel dont la bibliothèque est déjà membre collectif.

#### **5.1.4 « Tribune libre »**

Dans cette partie, les représentations auxquelles sont associés les termes « association professionnelle » ont été sondées. On entend par « représentations » l'imaginaire auquel les non-membres lient les associations professionnelles. L'objectif était de voir si cet imaginaire serait d'une aide quelconque pour adapter les messages au public cible, pour proposer un type de communication plutôt qu'un autre, ou pour permettre au Groupe romand de la CLP d'y puiser des informations pour l'élaboration d'un slogan. Par ailleurs, le souhait de laisser un espace pour que les interviewés puissent exprimer des remarques et/ou suggestions concernant la CLP répondait au besoin de récolter le plus de données possibles afin de tirer le meilleur parti de l'enquête.

##### **5.1.4.1 Représentations**

Les mots employés par les répondants pour définir les associations professionnelles ont été regroupés en représentations à connotation positive, négative et neutre.

Représentations à connotation positives :

- Notion d'aide, d'appui, de soutien
- Notion de solidarité, de syndicalisme, de corporatisme, de fédération, de collégialité, de coordination
- Notion d'échange, de partage, de réseau, de rencontre, de contacts, d'émulation, d'interactivité
- Notion d'ouverture, de nouveauté
- Notion de ressources, de formation, de connaissance, d'information
- Notion de défense, de représentation, de lobby, de force, de protection

Représentations à connotation négatives :

- Notion de contraintes temporelle, financière, matérielle (chronophage, cotisations, administration)
- Notion de sélectivité (érudit, patronat, diplômes)
- Notion de moralisme (prêche, thérapie de groupe)
- Notion de passéisme (ennui, naphtaline)

Représentations neutres :

- Activités (Assemblées générales, séances)
- Noms d'associations (AGBD, CLP, GVB)

Il me semblait inutile de chiffrer en pourcent le nombre de répondants ayant exprimé chacune de ces représentations, le but n'étant pas de trouver une quelconque représentativité de ces qualificatifs, mais bien de puiser dans ces différentes perceptions



qualitatives afin de proposer des axes de communication et actions. Chacune d'entre elles était dès lors pertinente quelle que soit sa fréquence d'apparition.

#### **5.1.4.2 Suggestions et remarques**

Plusieurs personnes expriment des remerciements. D'autres, des coups de gueule, notamment contre la formation de base CLP qui permet à des gens non qualifiés de travailler en bibliothèque au détriment des diplômés AID. Là, les avis sont partagés. Pour certains, cette formation de base pour les petites bibliothèques est nécessaire, pour d'autres elle permet d'engager des personnes au rabais.

Globalement, les suggestions suivantes ressortent des commentaires :

- Encourager la reconnaissance des acquis (CFC AID par le biais de l'art. 32 de la Loi fédérale sur la formation professionnelle)
- Organiser des rencontres de bibliothécaires (conférences, ateliers, discussions, animations)
- Etre plus impliqués dans les médias (promouvoir les bibliothèques et donner des informations sur les bibliothèques par le biais des médias)
- Augmenter la publicité (envoi du programme de formation continue à tous les services d'information documentaire)
- Améliorer le rôle de relais de la CLP par rapport à ce qui se fait à l'étranger, être pionnier dans les nouveautés en lecture publique
- Décentraliser les cours (même cours à différents endroits géographiques)
- Mettre plus de concret dans les formations continues (vs. théorie)
- Harmoniser les formations, reconnaissance des diplômes et pratiques pour toute la Suisse
- Fixer des barèmes nationaux de salaire en lecture publique
- Soutenir et défendre les bibliothèques scolaires et leurs employés
- Intégrer plus de langue française (dans la revue SAB-Info-CLP, sur le site)
- Améliorer le site (le rendre moins formel, plus sympathique, améliorer son graphisme)
- Suivre l'évolution des technologies, être plus moderne (utiliser les réseaux sociaux pour diffuser l'information)
- Développer une information individuelle

#### **5.1.4.3 Conclusion**

Les représentations identifiées ici peuvent influencer le type de communication mis en œuvre, notamment lors de la réalisation de produits publicitaires tels ceux suggérés ci-dessous sous le point 7.2.4. Par ailleurs, certaines suggestions émises par les interviewés ont été prises en compte dans la partie dédiée aux propositions d'amélioration et de développement de nouvelles prestations et actions (point 7 ci-dessous).

## 6. Revue de prestations et actions menées par des associations similaires à l'étranger

Dans ce chapitre, une sélection d'actions intéressantes trouvées dans la littérature professionnelle est présentée. L'accent a été mis à dessein sur les bibliothèques scolaires qui sont à l'heure actuelle moins présentes dans l'offre du Groupe romand (ce qui ressort des résultats de l'analyse de l'enquête tels que présentés ci-devant), mais ces exemples peuvent également être étendus au domaine de la lecture publique. Ils seront repris et adaptés au contexte du Groupe romand de la CLP dans le chapitre 7 concernant les propositions d'amélioration et de développement de nouvelles prestations et actions.

### 6.1 Lobbying et bibliothèques scolaires : le cas des Etats-Unis

Ross J. Todd, dans son article « School library advocacy, evidence and actions in the USA : principles for planning and implementing advocacy<sup>12</sup> initiatives » (Todd 2014, p. 3), souligne qu'au cœur de la problématique du lobbying pour les bibliothèques scolaires, doit se trouver la certitude qu'une bibliothèque scolaire et des bibliothécaires qualifiés jouent un rôle majeur dans la réussite scolaire des enfants et adolescents.

*« What a school thinks about its library is a measure of what it feels about education. » Harold Howe, former U.S. Commissioner of Education (cité dans Todd 2014, p. 8)*

Cette certitude est étayée par de nombreuses recherches menées aux Etats-Unis et au Canada. Todd poursuit de la manière suivante : alors que beaucoup d'études se concentrent sur les réalisations et les accomplissements des étudiants, l'« advocacy » se focalise sur les « inputs » nécessaires à ces réalisations. Les études et recherches qui traitent de la question fournissent des données qui constituent une base solide pour consolider les principes permettant de planifier et d'implémenter des actions de lobbying. Parmi les facteurs contribuant à un plus haut niveau d'accomplissement scolaire des écoliers, il cite notamment la présence physique d'une bibliothèque dans les bâtiments de l'école. Pour lui permettre de jouer pleinement son rôle, cette bibliothèque, qui constitue un espace d'apprentissage multidisciplinaire, emploie des bibliothécaires qualifiés. Les horaires d'ouverture sont étendus. Elle offre un accès aux ressources papier et électroniques depuis l'école et la maison. Elle forme les élèves aux compétences informationnelles (recherche d'information, usage des logiciels, développement d'un esprit critique, construction du sens, etc.). Cette formation fait partie

---

<sup>12</sup> J'ai traduit ici le terme « advocacy » par lobbying pour plus de clarté, mais il recouvre une signification plus large qui inclut le lobbying, la communication, la promotion et le marketing (Chaimbault 2014)

de leur cursus scolaire. La liste est longue et va loin dans le détail de ce que l'on trouve derrière les termes d'« acquisition de compétences informationnelles ». Enumérer ces compétences et la manière de les acquérir est important dans une démarche de lobbying, surtout lorsqu'elles s'inscrivent, comme dans le cas d'espèce, dans un standard de connaissances adopté au niveau national pour évaluer le niveau scolaire attendu des élèves de 4 à 19 ans (le CCSS ou Common Core State Standards Initiative) (Todd 2014, p. 6). Au niveau international, les résultats d'études menées dans le cadre du programme PISA<sup>13</sup> peuvent servir la cause des bibliothèques scolaires. Au niveau romand, le Plan d'études romand (PER) joue ce rôle de prescripteur quant aux connaissances à acquérir durant la scolarité obligatoire et aux niveaux à atteindre à la fin de chaque cycle (Plan d'études romand 2014). Montrer l'apport d'une bibliothèque bien équipée et de bibliothécaires qualifiés dans cette acquisition est primordiale pour la reconnaissance de la profession.

Parallèlement à la réussite scolaire, la bibliothèque encourage la lecture pour un meilleur épanouissement tout au long de la vie et s'inscrit là aussi dans la mission de l'école qui est de former des lecteurs engagés et éclairés, capables d'évoluer dans un monde digital et basé sur la connaissance.

*« ...it is essential that advocacy initiatives focus on school librarians implementing an authentic and powerful inquiry-centered pedagogy empowering learners to become expert consumers of information and producers of knowledge. » (Todd 2014, p. 7)*

Les Etats-Unis, comme d'autres nations, sont aussi très sensibles aux questions ayant trait à la justice sociale. Les enquêtes tendent à démontrer qu'un des apports des bibliothécaires scolaires, lorsqu'ils sont qualifiés et correctement équipés matériellement, est d'amener plus de justice sociale au sein de leur communauté et d'œuvrer à une société multiculturelle plus équitable (Todd 2014, p. 8).

Enfin, la bibliothèque et les bibliothécaires soutiennent le développement professionnel des enseignants par une participation active aux comités, des rencontres régulières avec le principal de l'établissement et l'aménagement d'un environnement technologique riche et propice à l'enseignement et à l'apprentissage (Todd 2014, p. 5).

Le Manifeste UNESCO/IFLA (1999) affirme également l'apport central de la bibliothèque scolaire dans le cursus des étudiants :

*« La bibliothèque scolaire est une composante essentielle de toute stratégie à long terme d'alphabétisation, d'éducation, d'information et de développement »*

---

<sup>13</sup> L'acronyme signifie en français : « Programme international pour le suivi des acquis des élèves ».

*économique, social et culturel. Comme elle relève des autorités locales, régionales et nationales, il lui faut l'appui d'une législation et d'une politique spéciales. Elle doit bénéficier d'un financement suffisant et régulier afin de disposer d'un personnel bien formé, de documents, de technologies et d'équipements et son accès doit être gratuit. »*

La bibliothèque publique n'est pas en reste dans cet accomplissement : « *Public library use is strongly correlated with positive outcomes for reading attitudes, motivation, behaviour and school achievement.* » (Clark et Hawkins 2010, cité dans Rankin 2013). La CLP, dont une des missions est l'exercice d'un lobbying auprès des autorités et de l'opinion publiques pour une meilleure reconnaissance de la profession et des réalisations qu'elle rend possibles par son action, entérine cette profession de foi lorsqu'elle met en place, par exemple, l'Initiative Bibliothèque Suisse (cf. ci-devant point 4.1.3), dont l'objectif est de doter les bibliothèques de lecture publique et scolaires de bases légales en inscrivant leur rôle dans les lois cantonales. En effet, le fait d'avoir une loi sur les bibliothèques est un levier pour obtenir des fonds et faire en sorte que le personnel engagé soit qualifié.

## **6.2 Partenariats et associations bibliothéconomiques : le cas des bibliothèques scolaires dans trois pays d'Amérique du Sud et centrale**

Les trois exemples qui suivent sont présentés par Lesley Farmer (2013). Ils montrent là aussi, dans chaque cas, que le développement et la reconnaissance de la valeur des bibliothèques scolaires et de la qualification de leurs responsables repose sur un leadership fort au sein des instances éducatives et politiques, des relations interpersonnelles nourries et des partenariats à tous les niveaux.

### Le Honduras, partenariats étatiques et internationaux

Au Honduras, le cœur du développement de la profession de bibliothécaire (y inclus les bibliothécaires scolaires) est assuré par l'ABIDH (Association of Honduran Librarians and Information Professionals). Cette association propose des formations locales à ses membres (formations de base et formations continues). Lors de sa conférence annuelle, elle draine des bibliothécaires et enseignants venant de tout le pays, mais également issus d'autres pays d'Amérique Latine. Certaines technologies comme les bases de données ou Facebook sont très utilisées par les bibliothécaires honduriens. D'autres comme les bibliothèques virtuelles ou les technologies mobiles le sont moins, même si leur potentiel est reconnu. Le Honduras a fait face à des difficultés économiques et politiques dont il semble être plus ou moins sorti aujourd'hui. Dans ce contexte, les partenariats avec des organismes hors du pays sont indispensables à l'obtention de ressources matérielles, digitales, technologiques et formatives (Farmer 2014, p. 1-4).

### Le Brésil, une situation précaire mais qui avance à grands pas

La population brésilienne est très jeune, mais a peu de compétences informatiques et informationnelles. Elle n'est pas non plus habituée à fréquenter les bibliothèques et est souvent démunie matériellement. L'école n'est obligatoire que pendant 8 ans et est surpeuplée. 80% des écoliers fréquentent des institutions privées. Dans ce paysage, la situation des bibliothèques scolaires est inégale quant à leurs ressources, aux prestations offertes et à la qualification des responsables. De plus, les formations en bibliothéconomie sont en grande majorité basiques et peu ciblent spécifiquement les bibliothécaires scolaires. Le School Library Project lancé pour créer des supports pour les bibliothèques scolaires a débouché sur une loi. Divers partenariats avec des universités, des associations bibliothéconomiques nationales et internationales ou des organes étatiques existent (Farmer 2013, 4-6)

### Le Costa Rica, vers le développement informatique des bibliothèques scolaires

Le Costa Rica présente une situation économique plus saine que ses voisins, notamment grâce au tourisme et à un niveau d'éducation élevé. Le gouvernement dépense près d'un quart de son budget dans l'éducation. Presque toutes les écoles sont équipées d'ordinateurs connectés à Internet. Toutefois, encore peu d'enseignants bénéficient de formation formelle en nouvelles technologies. Une personne nommée au Ministry of Public Education assume depuis quelques années la direction des bibliothécaires scolaires au sein du Ministère. Des partenariats ont été conclus, du matériel a été acquis, dans le but de transformer les bibliothèques scolaires en centres de ressources digitales (Farmer 2013, p. 6-7).

Par ailleurs, dans son article, Lesley Farmer (2013) souligne également le rôle des bibliothécaires dans le développement d'une citoyenneté digitale efficace face aux dangers et dérives d'Internet.

Si l'on fait une comparaison de ces trois pays avec ce qui existe en Suisse romande, les bibliothèques scolaires sont logées à diverses enseignes quant aux moyens de pression pour faire valoir leur utilité et donc obtenir des ressources. Un exemple d'un leadership fort au sein des instances éducatives et politiques est donné par le canton de Vaud. En effet, en se dotant de ses propres normes de développement pour les bibliothèques scolaires, il reconnaît explicitement l'importance de celles-ci dans le parcours scolaire des enfants et adolescents. Le Groupe romand de la CLP, quant à lui, continue à exercer un rôle clé en éditant des normes pour tous les cantons qui n'ont pas de prescription officielle, ce qui est encore le cas pour la majorité d'entre eux.

Pour ce qui est des relations interpersonnelles entre les professionnels en Suisse romande, il ressort des résultats de l'enquête menée auprès des non-membres et présentés ci-devant, ainsi que de ceux de l'enquête de satisfaction menée auprès des membres par Cardinaux, Christen et Bezençon (2008) que les bibliothécaires travaillant dans des petites structures se sentent souvent isolés. La mise à disposition sur le site d'un espace membres sur lequel pourrait se trouver un forum où échanger des bonnes pratiques et des retours d'expériences pourrait permettre de pallier le manque de contacts professionnels de ces personnes, qui même si elles ne travaillent pas dans des structures informatisées ont sans doute accès à cette technologie par ailleurs.

Enfin, contrairement aux entreprises qui subissent des fusions et acquisitions pour évoluer dans un contexte économique tendu, les associations, tout comme les bibliothèques, sont amenées à établir des partenariats publics/publics ou publics/privés dans lesquels tous les partenaires s'y retrouvent en termes de contrepartie et de plus-value, notamment en favorisant les synergies et en permettant d'accroître l'estime de leurs publics respectifs (Massis 2013). Ces partenariats peuvent être interassociatifs, tendant vers plus de complémentarité et de visibilité, mais ils peuvent également se faire avec des entreprises privées afin, par exemple, de sponsoriser des événements, ou encore avec les pouvoirs publics dans le but d'influer sur les décisions politiques. A cet égard, la volonté du Groupe romand de la CLP est d'entretenir et de développer ses liens avec les associations romandes. Il est également intéressé par la possibilité de prendre part à des commissions comme, par exemple, au sein de la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP). J'y reviendrai ci-après.

### **6.3 Encourager les échanges entre les bibliothèques : une initiative de l'IFLA**

La section des Bibliothèques pour enfants et jeunes (Section of Libraries for Children and Young Adults) de l'IFLA a lancé en 2009 l'initiative « Sister Libraries : Bibliothèques partenaires pour la promotion de la lecture des enfants et des adolescents » (IFLA 2014b). Cette initiative a pour objectifs de permettre de créer des ponts entre bibliothèques jeunesse à travers le monde, d'échanger des bonnes pratiques et des retours d'expériences, de se prodiguer des conseils mutuels. A noter qu'il n'est pas nécessaire d'être membre de l'IFLA pour en faire partie. La procédure pour se jumeler à une bibliothèque est simple. Il est d'abord demandé à chaque bibliothèque sœur d'identifier un bibliothécaire qui sera la personne de contact. Puis, il suffit de remplir un formulaire, de l'envoyer au coordinateur de l'initiative, de sélectionner dans la liste des bibliothèques participantes celle avec laquelle on souhaite collaborer et d'en informer le

coordinateur qui mettra à jour la liste des bibliothèques participantes en indiquant le jumelage. Le contact peut alors s'établir, par email, skype, sms ou par tout autre moyen. Après s'être mutuellement présentés, la collaboration peut se faire en fonction des besoins exprimés : échanges de bonnes pratiques, demandes d'aide sur un point précis, partage de bons moments par le biais de photos d'activités ou d'événements, conseil d'achat de livres, etc.

A un niveau plus local, on pourrait imaginer que le Groupe romand de la CLP mette en œuvre un système analogue pour encourager la collaboration entre les bibliothèques membres. J'y reviendrai ci-dessous, dans la partie dédiée à la proposition d'améliorations et de développements de nouvelles prestations et actions.

## **6.4 International School Library Month**

Fondée en 1999 par l'International Association of School Librarianship (IASL) (International school library month 2014), la journée internationale des bibliothèques scolaires s'est transformée au fil du temps en mois international des bibliothèques scolaires, afin de permettre aux institutions d'adapter la date de la célébration à leur convenance. Elle est déclinée sous l'une ou l'autre forme et s'étend le cas échéant à toutes les sortes de bibliothèques. Le mois des bibliothèques scolaires, par exemple, est célébré aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne, au Portugal ou encore au Canada.

Pour son « School Library Month 2014 », l'American Association for School Librarians (AASL) a notamment collecté les témoignages d'écrivains, par lesquels ils partagent la façon dont les bibliothèques scolaires ont transformé leurs vies. Ces témoignages ont été mis en ligne sur le site de l'association, sous une rubrique « galerie d'auteurs » que l'on peut faire défiler.

Cette célébration est aussi l'occasion pour l'AASL de proposer de télécharger, de signer et faire signer autour de soi une Déclaration pour revendiquer le droit de disposer de bibliothèques scolaires. La déclaration, ainsi qu'une procédure, sont proposées sur le site. Cette action a été initiée à l'origine par la Présidente de l'American Library Association (Declaration for the Right to Libraries) pour mobiliser l'opinion publique et l'encourager à faire valoir le droit de disposer de bibliothèques de tous types (JOST 2013). En effet, cette déclaration affirme que les bibliothèques sont « essentielles pour une société démocratique » et pour l'apprentissage de la citoyenneté. Elle devait être remise au Congrès américain au mois de mai 2014 (School Library Month 2014).

A ma connaissance, le mois des bibliothèques scolaires n'existe pas en Suisse. Le développement d'actions autour d'un événement semblable sera suggéré dans la partie

consacrée à la proposition d'améliorations et de développements de nouvelles prestations et actions.

## 6.5 Une « Avenue des affiches »

L'IFLA propose régulièrement une « Avenue des affiches » lors de ses congrès annuels. L'objectif est que les bibliothèques réalisent, et soumettent à l'IFLA, un poster qui reflète l'institution et/ou ses activités et prestations (IFLA 2014a). Si elles ont la chance d'être retenues, leur réalisation est exposée lors de la tenue du congrès annuel. Là aussi, je ferai une proposition d'une action sur ce modèle dans la partie dédiée à la proposition d'améliorations et de développements de nouvelles prestations et actions.

## 6.6 Critères pour l'évaluation d'un site d'association bibliothéconomique

Fahimeh Ahmadian Yazdi et N.J. Deshpande (2013, p. 92-108) ont évalué les sites web de 71 associations professionnelles de bibliothèques. Ils ont défini 15 critères pour tester leur qualité. Ces critères sont les suivants (traduction libre de moi-même) :

1. *Autorité*. Qui sont les auteurs de la page web ou qui en est responsable ? En quoi ont-ils l'autorité et l'expertise d'écrire ?
2. *Au sujet de l'association*. Son histoire, ses missions, sa vision, ses politiques/statuts, ses comités et instances décisionnelles.
3. *Accessibilité*. La définition de l'écran est-elle bonne ? (ici, les auteurs ne parlent que de « *minimum and maximum monitor resolutions* »)
4. « *Contact us* ». Formulaire de contacts et/ou adresses de contacts.
5. *Service aux usagers*. Mise à disposition de services et d'outils gratuits.
6. *Recherche*. Moteur pour effectuer des recherches sur le site.
7. *Plan du site*. Y a-t-il un plan du site sur la page d'accueil ?
8. *Qualité HTML*. Maniabilité/ergonomie, titres des pages, descriptions, mots-clés, tags
9. *Navigation et liens*. Fonctionnalité de la navigation, qualité, intégrité et profondeur des liens, ratio liens internes/liens externes pour accéder à l'information
10. « *Copyright* ». Le droit d'auteur est-il respecté ?
11. *Présentation*. Graphisme, design.
12. *Agréable d'utilisation*. Le site est-il agréable et facile d'utilisation ?
13. *FAQ*. Foire aux questions.
14. *Actualité*. La source est-elle statique ou évolue-t-elle ? Si elle est mise à jour, à quelle fréquence ? Les dates de mise à jour sont-elles indiquées ?
15. *Etendue du contenu*. Ce site couvre-t-il tous les sujets que ses usagers recherchent ?



Parmi ces critères, cinq attribuaient soit la note 0, soit la note 10 (les critères 4, 6, 7, 13 et 14) ; les autres donnaient des notes graduées de 0 à 10, 0 signifiant que l'information n'était pas disponible sur le site et 10 signifiant que toute l'information était disponible sur le site. Sur la base des résultats qu'ils obtiennent, notamment en utilisant des outils de ranking<sup>14</sup> et des analyses de webométrie<sup>15</sup>, les auteurs proposent de catégoriser le score des sites des 71 associations en trois groupes : bas (ceux obtenant entre 61 et 86.6 points), moyens (ceux obtenant entre 86.7 et 112.3 points) et hauts (ceux obtenant entre 112.4 et 138 points).

Les résultats de l'enquête montrent que parmi les points faibles des sites étudiés, beaucoup de ces derniers ne mentionnent pas la date de mise à jour sur leur page d'accueil ; concernant l'étendue du contenu, ces sites n'incluent pas suffisamment de liens externes ; de plus, si l'on considère généralement que les plans des sites web permettent une meilleure navigation, ils sont peu présents sur les sites en question ; il en va de même des FAQ. Sans aller plus loin dans la présentation de cette étude, j'utiliserai au point 7 ci-dessous certains de ces critères pour proposer des améliorations du site actuel de la CLP.

---

<sup>14</sup> « Le ranking ou rang est la position qu'occupe une page ou un site web dans les pages de résultats d'un outil de recherche qui sont consécutives à une requête effectuée sur un mot clé. » (Définition web-marketing 2014)

<sup>15</sup> La webometrie est l'analyse quantitative des pages et des sites web, plus particulièrement des liens hypertextuels entrant et sortant des pages web.

## **7. Proposition d'améliorations et développement de nouvelles prestations/actions**

Dans cette partie, des améliorations et le développement de nouvelles prestations et actions sont proposés afin de tenter de répondre aux besoins et attentes des non membres et d'accroître la visibilité du Groupe romand. Ces suggestions, adaptées au contexte qui nous intéresse, m'ont soit été faites par des membres du comité, soit ont été trouvées lors de mes lectures de la littérature professionnelle. Il sera parfois proposé de communiquer plusieurs fois la même information par différents canaux, la redondance étant porteuse dans un monde où l'information abonde. En effet, une information manquée qui revient par un autre canal a une deuxième chance d'atteindre sa cible. Avant d'aborder le vif du sujet, je me permets ci-dessous une ou deux digressions relatives au rôle des associations, à savoir créer des liens, fédérer et communiquer.

### ***Créer des liens***

Une des fonctions premières de toute association est de créer des liens sociaux. Libaert et Pierlot (2014, p. 40) le disent ainsi, « S'associer, c'est créer des liens ». C'est cette ligne directrice, la création de liens plutôt que la promotion de biens, qui sera suivie dans ce chapitre. Les projets actuels de développement du Groupe romand de la CLP vers les réseaux sociaux (Facebook, blog, newsletter, FAQ) s'inscrivent directement dans cette logique de création de liens, de mise à disposition d'un espace où la parole des membres peut s'exprimer, s'échanger et s'enrichir. Les liens créés ainsi peuvent être tant internes, entre les membres, qu'externes, vers les non-membres, les partenaires et les organismes publics (politiques, associations, professionnels, etc.). Au-delà des nouvelles technologies, les rencontres informelles et la convivialité sont également essentielles. Il est en effet toujours important de faire un lien entre le virtuel et le réel, d'ancrer les actions sur les réseaux sociaux dans une réalité tangible (Interview de Philippe Hensmans, cité dans Libaert, Pierlot 2014, p. 127). Réel et virtuel doivent être combinés lorsque l'activité le permet.

### ***Fédérer***

Une association qui veut peser sur le débat public, doit rallier à sa cause, mobiliser ses troupes. Pour ce faire, il lui faut développer ses relations publiques, communiquer sur ses activités et ses objectifs, être transparente quant à l'utilisation de ses fonds, expliquer sa stratégie, sa vision. A cet égard, le site de l'association peut devenir une véritable vitrine en permettant un meilleur accès aux données relatives à son identité et

à son fonctionnement, en intégrant des possibilités d'interaction et en développant le bilinguisme de toutes ses pages.

### ***Communiquer***

La communication institutionnelle a pour objet l'institution et le renforcement de sa notoriété. Elle est composée de son identité déclinée selon plusieurs angles. Je passe ici en revue trois d'entre eux qui me semblent les plus importants pour mon propos (Libaert, Pierlot 2014, p. 86-90).

Son identité dite « physique » est communiquée par le biais de son rapport d'activités. Une meilleure diffusion de celui-ci sera proposée dans la suite de ces lignes afin de rendre cette identité plus perceptible.

Son identité dite « psychologique » l'est par l'intermédiaire de son logo, de la dénomination de l'association et de l'usage de slogans. A cet égard, la CLP envisage une nouvelle dénomination permettant une meilleure mémorisation, la dénomination actuelle étant perçue comme trop compliquée, donc peu lisible. Elle devrait rendre plus transparent le fait que l'association s'adresse également aux bibliothèques scolaires. La CLP est également à la recherche d'un slogan pour accroître sa notoriété et permettre de traduire sa mission et/ou sa vision de manière synthétique, le but étant de transmettre ce message en quelques mots.

Son identité dite « culture » permet de montrer sur la base de quelles valeurs elle s'est construite. Son histoire et ses figures marquantes sont à cet égard des éléments importants. Dans l'optique de renforcer cette identité, il sera proposé d'insérer dans le site une partie concernant l'historique de l'association et les moments clés de son évolution.

## **7.1 Suggestions d'amélioration des prestations et actions existantes**

Je propose ici certaines améliorations des prestations et actions existantes à l'échelle principalement du Groupe romand, mais également parfois au niveau de l'association nationale. Ces propositions ne sont qu'une première étape vers une réalisation potentielle et méritent, pour certaines d'entre elles, une analyse approfondie.

Je les ai regroupées selon quatre axes : la formation, le réseautage et les échanges entre membres et association, la défense de la profession et l'amélioration de son image auprès des publics, et enfin l'amélioration de l'identité du Groupe romand et de

l'association. Je n'ai pas tenu compte ici des ressources nécessaires pour leur mise en œuvre.

### **7.1.1 Formation**

Dans ce chapitre sont proposés des moyens de capitaliser les bonnes pratiques issues des formations continues, de développer, dans sa ligne actuelle, la publicité autour de l'offre de formation continue et de faire la promotion des formations existantes auprès des bibliothécaires.

#### ***Partage des documents concernant les formations continues***

Le principe est d'avoir, en aval de la formation, des bonnes pratiques ou des informations partagées, par exemple par la transmission de certains documents, de fiches techniques, de résumés ou de bibliographies donnant des pistes pour aller s'informer par soi-même. Cela répondrait notamment au besoin d'autoformation qui ressort des conclusions de l'enquête. Cet échange serait vu comme un service à valeur ajoutée, permettant de retirer un bénéfice de la formation pour celles et ceux qui n'auraient pu y assister et leur donner éventuellement envie de s'y inscrire.

#### ***Compte-rendu des formations continues***

Il s'agit ici de faire en sorte que les formations débouchent sur un compte-rendu, sous forme par exemple d'interviews des formateurs ou des participants, en partie filmés ou podcastés et mis en ligne sur le site. Cette formule pourrait inciter des personnes à s'inscrire l'année suivante. Ce serait une autre manière de communiquer sur la formation continue.

#### ***Publicité autour de la formation continue***

Le principe est d'envoyer le programme de formation continue à toutes les bibliothèques de lecture publique et scolaires romandes par courriel. Cela nécessite la constitution d'un carnet d'adresses électroniques le plus complet possible et sa tenue à jour. A cet égard, le Guide des bibliothèques de Bibliomedia n'est malheureusement pas totalement à jour. Le programme de formation continue est actuellement disponible sur le site et envoyé aux membres par courrier postal sous forme d'une revue cartonnée très soignée. La formation continue ressort de l'analyse des besoins des non-membres comme une prestation importante et prisée. Par ailleurs, les entretiens semi-dirigés révèlent également que celle-ci est un service de base dans l'offre du Groupe romand. Des moyens parallèles de communiquer autour de cette prestation pourraient s'avérer porteurs.

### ***Flyer explicatif concernant le type de formations existantes***

En réponse à la volonté de promouvoir la formation certifiée, il s'agit ici de lister et d'expliquer les formations en bibliothéconomie existantes en Suisse sous forme d'un flyer à envoyer par courrier postal ou électronique aux bibliothèques membres et non membres, ainsi qu'aux centres d'information de l'orientation scolaire et professionnelle, afin de toucher les personnes éventuellement intéressées.

#### **7.1.2 Réseautage et échanges entre membres et association**

Sous cette rubrique, sont proposés des moyens d'améliorer les échanges entre les membres et le Groupe romand sur la base de l'existant. Elle examine également le développement des partenariats avec les associations cantonales. Des nouveaux moyens de réseautage des membres en tant que prestations ne seront abordés que ci-dessous sous le point 7.2.2.

#### ***Mise à jour de la liste des membres par l'ajout systématique d'un courriel***

Le principe est de mettre à jour la liste des membres du Groupe romand en leur demandant systématiquement un email. Cela permettrait d'optimiser les échanges entre l'association et ses membres, d'être plus réactif et d'aller vers le public de manière plus systématique (méthode push<sup>16</sup>) plutôt que d'attendre que celui-ci vienne sur le site chercher les informations dont il a besoin (méthode pull). La constitution d'un fichier électronique à jour n'empêcherait pas le Groupe romand de continuer à communiquer par voie postale avec les membres qui en feraient la demande. Une question du type « *Souhaitez-vous recevoir les informations concernant l'association par email ?* » peut être posée lors de l'inscription.

#### ***Publication de l'annonce de l'assemblée générale sur Swiss-lib***

Il s'agit ici d'annoncer les assemblées générales sur Swiss-lib afin de toucher éventuellement des non-membres, d'augmenter leur fréquentation et d'améliorer la visibilité de l'association.

#### ***Partenariats avec les associations régionales***

Une volonté forte du Groupe romand est de renforcer les liens existants avec les associations cantonales, voir le cas échéant de les développer, afin de s'en faire mieux connaître et de favoriser les échanges et la complémentarité. A cet effet, il participe

---

<sup>16</sup> Méthode qui consiste à pousser l'information vers le consommateur. Elle s'oppose à la méthode pull où c'est le consommateur qui va chercher l'information en effectuant lui-même une recherche (Encyclopédie e-business 2012).

depuis 2014 à « une réunion des présidents ou vice-présidents des associations romandes qui a lieu 3-4 fois par an, à des fins d'information mutuelle et de coordination » (Gorin 2014).

Un autre type d'échange serait d'insérer de la publicité pour les associations partenaires en contrepartie de publicité effectuée par ces dernières pour le Groupe romand. Les publications, le site ou encore un compte Facebook peuvent devenir les supports de cette publicité réciproque. Elle pourrait par exemple être diffusée à certains moments clés, tels la sortie des normes ou de publications comme « J'organise ma bibliothèque », ou encore à l'occasion des journées d'études avec les responsables de bibliothèques.

### **7.1.3 Défense de la profession et amélioration de son image auprès des publics**

Ici sont suggérés des moyens pour mieux défendre la profession et améliorer son image auprès des publics. Le besoin de mener plus d'actions de lobbying et de mieux communiquer autour de celles-ci au niveau romand ressort des conclusions de l'enquête auprès des non-membres. Le taux élevé de « sans avis » (45% pour le lobby en lecture publique et 54% pour celui des bibliothèques scolaires) montre en effet que bon nombre de répondants étaient mal à l'aise avec cette question, ne sachant quoi répondre.

#### ***Initiative Bibliothèques Suisses (IBS)***

L'Initiative Bibliothèques Suisses (IBS) vise à faire connaître la nécessité de se doter d'une base légale pour défendre et promouvoir les bibliothèques de lecture publique et scolaires, pourvoyeuses notamment de liens sociaux et de services au public. La démarche est d'envergure et nécessite une certaine énergie et une mobilisation importante. Les résultats ne seront peut-être pas au rendez-vous. Je suggère ci-dessous quelques pistes pour donner un second souffle à l'initiative, tout en soulignant, comme cela m'a été suggéré par un membre du comité, qu'il serait peut-être nécessaire dans un premier temps de faire l'analyse de l'échec relatif rencontré à ce jour.

- Fondement général de l'initiative :
  - En Suisse, comme mentionné dans l'introduction de ce travail, peu de cantons ont une loi sur les bibliothèques. En Suisse romande, trois types de situations coexistent : l'absence totale d'une mention des bibliothèques dans la loi (Genève), la mention des bibliothèques dans une loi générale sur la culture (Fribourg) et une loi spécifique sur les bibliothèques (Neuchâtel, mais cette loi date de plus de 30 ans) (Estermann Wiskott 2012).
  - Rôle de la lecture publique : les bibliothèques de lecture publique pallient les situations d'exclusion sociale de certaines personnes par la mise en œuvre d'outils permettant une meilleure insertion (cours pour réduire le fossé numérique, aide à la recherche d'emploi, lutte contre

l'analphabétisme, offre de livres en langues étrangères, etc.), elles sont un lieu de partage, d'autoformation, de divertissement, de socialisation ouvert à tous sans discrimination de sexe, de catégorie socioprofessionnelle, d'appartenance ethnique, de revenu, de handicap, etc. (UNESCO 1994).

- Rôle des bibliothèques scolaires : les résultats d'études menées notamment aux USA et au Canada montrent que l'existence d'une bibliothèque et de bibliothécaires qualifiés au sein des écoles a un poids décisif dans la réussite du parcours scolaire des écoliers et dans leur formation de futurs citoyens (Todd 2014 ; UNESCO/IFLA, 1999).
- Quelques suggestions de diverses actions
  - Inviter Saint-Gall<sup>17</sup> pour parler de son expérience (par écrit : compte-rendu dans la revue et sur le site ; en présentiel : lors de la prochaine assemblée générale ; ou sur demande de bibliothécaires).
  - Mettre à jour l'argumentaire avec des chiffres plus récents.
  - Faire un appel aux membres pour nommer un responsable dans chaque canton.
  - Envoyer la documentation et le lien vers le site aux associations, bibliothèques, départements de l'instruction publique, communes, etc.
  - Utiliser la page Facebook de l'initiative pour communiquer sur les actions entreprises et répondre aux questions éventuelles que se posent les membres et la population.
  - Faire des communiqués de presse dans la presse locale.
  - Faire signer l'initiative à l'accueil des bibliothèques.
  - Faire une circulaire aux enseignants et parents d'élèves.
  - Faire une circulaire aux centres culturels (maisons des jeunes, musées, centres sportifs, etc.).
  - Mener des actions ponctuelles (par exemple stands lors de la journée du livre, du Salon du livre, à la sortie des commerces, ou à d'autres occasions).
- Objectif final
  - Recueillir suffisamment de signature pour soumettre au vote populaire l'inscription des bibliothèques de lecture publique et scolaires dans les lois cantonales.

***Donner plus de visibilité aux journées organisées avec les directeurs des bibliothèques publiques ou scolaires***

Le principe est de publier un compte-rendu de ces journées sur le site, de l'envoyer aux personnes en charge de la formation et de la culture dans les cantons romands et de le transmettre aux membres.

---

<sup>17</sup> Saint-Gall est le premier canton (et le seul à ce jour) à s'être doté d'une telle loi grâce à IBS.

#### 7.1.4 Amélioration de l'identité de l'association et du Groupe romand

Ici sont proposées quelques améliorations de l'identité de l'association par le biais de son site, de la revue SAB-Info-CLP ou de l'usage du courriel.

##### **Site**

A noter que le développement du site demanderait une étude à part entière. Les suggestions qui suivent ne sont dès lors que quelques points isolés qui, me semble-t-il, pourraient être réglés rapidement. Ces suggestions sont en partie subjectives et n'engagent que moi.

Selon moi, le site reflète actuellement fortement sa gestion alémanique, le français (liens et traduction) étant en quelque sorte le « parent pauvre ». Y remédier permettrait aux membres romands de se sentir mieux représentés au niveau de l'association nationale.

Voici ces propositions :

- Etre attentif à la traduction des rubriques en français : on trouve 2 liens nommés de façon identique « publications » sous l'onglet « bibliothèque et école » et 2 liens nommés de façon identique « liens » sous le menu principal (un après le lien « contacts » et l'autre après le lien « dates ») ; ces doublons en français n'en sont pas en allemand ; le sommaire des revues SAB-Info-CLP est nommé, par erreur, « contenue ».
- Offrir une version française de la section « La CLP vous offre ». Cela répondrait au critère 15 « Etendue du contenu » de l'article de Yazdi et Deshpande (2013) présenté au chapitre 6.6.
- Publier plus de liens en français (certaines rubriques sont vides en français, alors qu'elles sont renseignées en allemand, par exemple la rubrique « Bibliothèques et écoles » et ses sous-rubriques). Cela répondrait aux critères 9 « Navigation et liens » et 15 « Etendue du contenu » de l'article mentionné ci-dessus.

D'autres améliorations sont suggérées :

- Indiquer les dates de mise à jour. Cela répondrait au critère 14 « Actualité » de l'article mentionné ci-dessus.
- Revoir éventuellement l'ordre des rubriques dans le menu principal (mettre par exemple en premier « La CLP vous offre », disposer les deux types de « liens » côte à côte, mettre les « mission et valeurs » de la CLP plus en évidence, ils sont actuellement sous les « Généralités » des « Complément de normes »). Cela répondrait aux critères 8 « Qualité HTML » et 9 « Navigation et liens » de l'article de Yazdi et Deshpande (2013).
- Mentionner les titres et qualifications des membres des comités, indiquer éventuellement leur fonction au sein du comité. Cela renforcerait l'identité et la transparence de l'association et répondrait au critère 1 « Autorité » de l'article mentionné ci-dessus.
- Publier le rapport d'activités sur le site. Là aussi, cela donnerait un signal de plus de transparence du Groupe romand et de l'association, les répondants à l'enquête ayant aussi exprimé une certaine réticence lors de la question relative



à ce sujet. Cela renforcerait son identité physique et répondrait également au critère 2 « Au sujet de l'association » de l'article mentionné ci-dessus.

- Donner un accès gratuit aux archives de SAB-Info-CLP avec une carence d'un ou deux ans. Actuellement, elles sont proposées à l'achat, seuls la couverture et le sommaire sont visibles. Cette option permettrait aux internautes de se familiariser avec la revue et d'évaluer l'intérêt d'un abonnement.
- Donner une visibilité aux actions des Groupes régionaux en les annonçant sur le site ou en publiant des comptes rendus. Cela améliorerait la transparence relative à l'étendue de l'offre et au fonctionnement de l'association dans son ensemble.

### ***Revue SAB-Info-CLP***

Proposer un système de tournus entre membres pratiquant les deux langues pour traduire au minimum un ou deux articles de la revue trimestrielle SAB-Info-CLP. Un appel aux membres pourrait être fait et une liste établie. Les personnes seraient contactées pour traduire un ou deux articles dans l'année.

### ***Courriels (push ou pull)***

Envoyer le procès-verbal de l'assemblée générale à tous les membres par courriel pour que les absents se sentent impliqués.

### **7.1.5 Synthèse**

La synthèse des propositions qui précèdent est donnée sous forme d'analyse SWOT<sup>18</sup> sur la page suivante.

---

<sup>18</sup> Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

Tableau 4 : Amélioration des prestations et actions

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Formation	Partage des documents concernant les formations continues	Capitaliser des bonnes pratiques tirées des formations	Sélectionner la documentation accessible Droit d'auteur Circonscrire le service aux seuls membres	Faire rayonner la formation continue au-delà des participants Favoriser l'autoformation	Risque de déprécier le fait de suivre la formation en présentiel
	Compte-rendu des formations continues	Autre manière de communiquer sur la formation continue pour ceux qui n'y ont pas eu accès	Ressources pour mettre en place un compte rendu sous forme audiovisuelle et pour le diffuser (par exemple sur un compte Facebook ou sur le site)	Accessible à tous sans restriction Accroître le public des formations continues	Concurrence d'autres médias Difficulté d'atteindre certains non-membres
	Publicité autour de la formation continue	Disposer d'un fichier d'adresse des membres potentiels utilisable pour d'autres occasions	Temps nécessaire pour constituer un fichier d'adresses le plus complet possible	Promotion ciblée du service à l'ensemble des membres potentiels Possibilité de deuxième envoi vers les membres	Adresses non disponibles Réticence du public cible à l'égard de toute forme de publicité (infobésité)

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
	Flyer explicatif concernant le type de formations existantes	Mise en valeur des possibilités offertes par la CLP dans le contexte de la formation continue	Nécessité de disposer d'un fichier d'adresses des bibliothèques publiques et scolaires Nécessité de répertorier toutes les formations ID existantes en Suisse	Valorisation de la formation certifiée et de la formation continue	Mise en avant d'offres de formation concurrentes
Réseautage et échanges entre membres et association	Mise à jour de la liste des membres par l'ajout systématique d'un courriel	Etre plus réactifs Appliquer la méthode push Economies financières (papier et timbres) qui pourraient être réinvesties ailleurs	Temps nécessaire à l'élaboration du fichier Réticence de certains membres à recevoir des mails	Aller à la rencontre des membres là où ils sont	Infobésité
	Publication de l'assemblée générale sur Swiss-lib	Facilité de mise en œuvre Coût quasiment nul	Gérer un système d'inscriptions ouvertes	Etre plus visibles à l'extérieur	Risque de frustration si nécessaire de refuser du monde
	Partenariats avec les associations régionales	Se faire une publicité mutuelle Développer une complémentarité	Etre d'accord de renoncer à certaines activités au profit d'autres associations ou de les modifier sensiblement	Mieux définir le paysage associatif romand	Est tributaire de la volonté des associations de participer

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Défense de la profession et amélioration de son image auprès des publics	Initiative Bibliothèque Suisse	Donner une nouvelle vie à l'IBS Fédérer les membres autour d'un projet porteur	Difficile de mobiliser les membres sur un projet d'une telle envergure Risque d'essoufflement	Disposer d'un levier d'action pour la reconnaissance et la valorisation de la profession	Arriver à toucher le grand public
	Donner plus de la visibilité aux journées organisées avec les directeurs des bibliothèques publiques ou scolaires	Mise en valeur des actions du Groupe romand auprès de ses membres	Mise en œuvre éventuelle de deux types de communication, l'une en direction des membres, l'autre en direction du grand public	Etre plus visible à l'extérieur Améliorer son image	Spécificité de l'action Publics non concernés
Amélioration de l'identité de l'association et du Groupe romand	Site	Rendre le site plus attractif Améliorer l'identité de l'association Donner plus de visibilité aux Groupes régionaux	Mise à jour et maintenance Impliquer davantage les membres romands	Plus d'impact Toucher plus largement les Romands	Comparaison avec des sites plus ergonomiques ou mieux structurés
	Revue SAB-Info-CLP	Rendre la revue SAB-Info-CLP plus attractive Répondre aux besoins des membres romands	Investissement de bénévoles pour traduire les articles	Toucher plus largement les Romands	Autres modes de communication Infobésité

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
	Courriels (push ou pull)	Utiliser la méthode push en allant vers les membres là où ils sont Une fois le fichier d'adresses élaboré demande peu de ressources	Temps nécessaire à l'élaboration du fichier Réticence de certains membres à recevoir des mails	Suivre l'évolution des technologies	Infobésité

## 7.2 Suggestions de nouvelles prestations et actions

Dans cette partie, un certain nombre de nouvelles prestations et actions sont proposées. Elles demandent elles aussi un examen plus poussé avant leur réalisation éventuelle. Elles sont regroupées selon la même logique que ci-devant sous point 7.1. Les moyens nécessaires à leur mise en œuvre, en particulier humains et matériels ont été grossièrement estimés et mis en relation avec les moyens et le contexte du Groupe romand de la CLP tels que présentés ci-devant sous point 4. A noter que, dans le cadre de ce travail et à ce stade, il n'était pas demandé d'évaluer les ressources financières nécessaires à leur réalisation. A ce sujet, il ne sera mentionné que quelques généralités.

### 7.2.1 Formation

Sous cette rubrique sont proposées deux nouvelles prestations en lien avec la formation continue. A noter que cette dernière a, à l'heure actuelle, beaucoup de succès auprès du public avéré du Groupe romand et correspond, comme on l'a vu ci-devant dans les résultats de l'analyse de l'enquête, à une pratique et/ou demande forte des non-membres.

#### « *Boîte à idées* »

Le principe est de proposer une « boîte à idées » sur le site, par exemple sous forme d'un formulaire où réunir des souhaits, des suggestions de thèmes concernant la formation continue, mais aussi éventuellement des suggestions de sujets de conférences, d'animations (visites, débats, etc.). Son accès peut éventuellement être restreint aux seuls membres de l'association si un espace membres est créé.

#### Ressources humaines

- Au niveau du site, l'insertion du formulaire doit pouvoir être effectuée par le Secrétaire général. Par contre au niveau du traitement de l'information, cela nécessite de la part de celui-ci ou d'une tierce personne de la sélectionner et la transmettre au comité régional concerné. Ce dernier a alors à charge d'en prendre connaissance et de l'intégrer, le cas échéant, dans l'offre.

#### Ressources matérielles et financières

- Cette nouvelle prestation ne demande que d'être équipé d'un ordinateur et d'un accès à Internet et son coût est nul si les comités la prennent en charge.

#### ***E-learning***

Le principe du e-learning est de décentraliser et dématérialiser la formation continue pour permettre un accès à distance, synchrone ou asynchrone.

Il soulève toutefois plusieurs questions :

### *Le droit d'auteur*

Le distanciel pose la question de la propriété des cours (appartiennent-ils à l'association ou à l'enseignant ?), surtout pour les supports de cours et les cours asynchrones (peut-on réutiliser les formations en streaming ou en podcast ? Peut-on diffuser la documentation liée à la formation aux participants à distance ?). Le distanciel nécessite éventuellement de repenser la forme des contrats qui lient l'association aux formateurs.

### *L'animation*

Le présentiel permet des jeux de rôles et travaux pratiques que le distanciel rend plus difficiles. Le distanciel synchrone implique pour les formateurs de repenser l'animation du cours. Par ailleurs, l'attention en distanciel n'est pas la même qu'en présentiel. La formation doit être repensée pour être fragmentée par exemple en plusieurs tranches de deux heures maximum chacune, échelonnées sur plusieurs périodes (Vaufrey 2014).

### *Validation*

Le distanciel asynchrone nécessite de nouvelles formes d'évaluation permettant la délivrance d'une attestation de suivi du cours le cas échéant.

### Ressources humaines

- Les moyens humains mis en œuvre sont constitués des membres des comités régionaux, d'un prestataire de service pour l'implémentation de la solution et la formation à son utilisation et des formateurs.

### Ressources matérielles

- Cette nouvelle prestation demande d'être équipé d'un ordinateur, d'un accès à Internet et du logiciel adéquat.
- Du côté des logiciels, il existe des LMS (Learning Management System) open source ou payants, proposant plusieurs modules. Toutefois, ces solutions sont assez lourdes et se prêtent plus à des cursus académiques complets qu'à des formations courtes (Dokeos 2014)
- On trouve également des logiciels de gestion de classes virtuelles et de séminaires web interactifs, les webinaires<sup>19</sup>. Ils permettent d'allier interactions à distance et partage entre le formateur et ceux qui l'écoutent par le biais de différents outils, comme notamment le diaporama, la visioconférence, les cartes heuristiques, la messagerie instantanée, etc. (Webinaire 2014).

---

<sup>19</sup> Un webinaire est un « séminaire multimédia et interactif, réunissant des spécialistes, qui est accessible en ligne sur inscription, et que l'on peut suivre, en direct ou en différé, sur le Web (...). » (L'Encyclopédie e-business 2014).

### Exemples de prestataires

- La société Blackboard propose des solutions informatiques pour les formations continues : <http://fr.blackboard.com/sites/international/globalmaster/Markets/Further-Education.html>.
- Ces solutions sont commercialisées par Uni Learning sous forme de licence, d'abonnement annuel, de tarification mensuelle ou à l'utilisation : <http://www.uni-learning.com/index.php?lang=fr&p=117&s=185>.
- La société e-doceo offre également des solutions pour les classes virtuelles sous forme de licence : <http://www.e-doceo.net/logiciel-e-learning/lms/classe-virtuelle.php>.

### Ressources financières

- Les coûts de mise en œuvre varient d'une solution à l'autre. Les solutions open source ne sont pas forcément dénuées de coûts (implémentation et maintenance notamment). L'appel à un prestataire de services externe a évidemment aussi un coût. A ceux-ci s'ajoutent ceux liés à la formation pour l'animation des classes virtuelles et pour l'utilisation du logiciel.

### **7.2.2 Réseautage et échanges entre membres et association**

On trouvera ici cinq idées pour développer le réseautage et les échanges entre membres et association. Je n'ai pas repris celles actuellement à l'étude, qui concernent une page Facebook romande, un blog (principalement à l'attention des membres qui ne sont pas sur Facebook), une e-Newsletter hebdomadaire (essentiellement à l'attention des petites bibliothèques), ou encore un espace avec des FAQ (ayant comme sujets l'association, ses missions et ses publics), mais ai cherché à en proposer de nouvelles.

#### ***Espace membres***

La création d'un espace membres a, comme mentionné à plusieurs reprises, des avantages certains pour favoriser des échanges privilégiés entre ceux-ci, mettre à leur disposition des outils et des documents et les inciter à devenir membres individuels en n'autorisant par exemple qu'une connexion à la fois par identifiant. Cela permettrait également d'augmenter le trafic sur le site.

### Ressources humaines

- Le Secrétaire général ou une personne en charge de l'informatique seraient sollicités pour développer ce concept, et des membres de l'association ou d'un comité le seraient pour alimenter cet espace (par exemple modérer un forum, mettre en lien des outils d'autoformation, etc.).

### Ressources matérielles

- Ce service demande d'être équipé d'un ordinateur et d'un accès à Internet. Il faut aussi voir si le système utilisé pour le site actuel permet la création et la gestion d'un tel espace, avec un identifiant et un mot de passe pour les membres, ainsi qu'une attribution de droits à différents niveaux (par exemple pour la saisie, pour



la modification, pour la suppression d'éléments). Il est également nécessaire de s'assurer qu'il supporte la mise en ligne d'un forum, de documents pédagogiques ou d'autres éléments qu'on souhaiterait y mettre.

#### Ressources financières

- Les coûts sont principalement liés à l'implémentation du service et au temps passé pour l'alimenter ou l'animer.

#### ***Actualités***

Proposer un espace « actualités » ou « news » permet de communiquer rapidement autour des nouveautés en bibliothèques, par exemple en annonçant des animations, des conférences, la création d'une nouvelle bibliothèque, etc. Un flux RSS peut être créé sur cette base, ce qui permet à ceux qui le souhaitent d'être automatiquement informés lors de la publication d'un nouveau post.

#### Ressources humaines

- Ce service nécessite une personne, le Secrétaire général ou un informaticien, pour modifier la page d'accueil du site et créer le Flux RSS, un membre avec des droits pour mettre en ligne les actualités, ainsi que quelqu'un pour collecter l'information à mettre en ligne.

#### Ressources matérielles

- Les ressources matérielles sont principalement le site de l'association, un ordinateur et un accès à Internet.

#### Ressources financières

- Elles sont quasiment nulles s'il n'est pas fait appel à un prestataire extérieur pour modifier le site.

#### ***Podcast des conférences***

Un système de podcast des conférences peut être proposé aux membres qui n'ont pas pu assister aux conférences ayant lieu lors de l'Assemblée générale ou à d'autres occasions. Ce service peut être circonscrit aux seuls membres de l'association si un espace membres est créé.

#### Ressources humaines

- Un membre de l'association serait sollicité pour enregistrer la conférence et la mettre en ligne.

#### Ressources matérielles

- Les ressources matérielles nécessaires sont le site de l'association, un micro ou autre outil de capture du son permettant son transfert sur le site, un ordinateur et un accès à Internet. Ce service implique en outre de voir si le système de gestion du site permet la mise en ligne de podcasts.

### Ressources financières

- Mis à part l'équipement d'un micro et de câbles pour transférer le son, ce service est quasiment sans coût.

### ***Jumelage entre bibliothèques***

Un système de jumelage entre bibliothèques à l'échelle nationale peut être développé afin d'encourager les échanges interprofessionnels. Ce système peut cibler séparément les bibliothèques dédiées à un public jeune et celles dévolues à un public adulte, ou s'adresser d'une part aux bibliothèques scolaires et d'autre part aux bibliothèques publiques. Il permet aux unes et aux autres d'établir des contacts par le biais de listes séparées de participants à l'initiative. Pour capitaliser ces échanges, un blog peut donner la possibilité aux bibliothèques jumelées de partager avec la communauté, et au-delà, des coups de cœur d'ouvrages qu'ils ont découverts, des pratiques et des animations qu'ils ont expérimentées, des feedbacks sur les formations continues suivies, des annonces de manifestations organisées par la bibliothèque, ou encore, plus largement, toute expérience, événement ou envie issus de leur pratique quotidienne et de la mise en commun de préoccupations propres à chaque cas d'espèce. Alternativement, la page Facebook en projet peut constituer le lieu de ces échanges.

### Ressources humaines

- Ce service est simple à mettre en place, ne nécessitant qu'un formulaire d'inscription et un coordinateur chargé de recevoir les demandes et de tenir à jour les listes accessibles sur le site, à l'image de ce qui se fait au niveau de l'IFLA. La création d'un blog n'est pas non plus compliquée à mettre en œuvre, mais son utilisation par les participants plus aléatoire, celle-ci dépendant de leur dynamisme.

### Ressources matérielles

- Les ressources matérielles nécessaires sont le site de l'association, un ordinateur et un accès à Internet.

### Ressources financières

- Ce service est quasiment sans coût, car il nécessite peu de moyens et est peu chronophage.

### ***Conseils***

Les activités de conseil bibliothéconomique ont déjà été évoquées à plusieurs reprises ci-devant. Celles-ci peuvent prendre diverses formes, par le biais notamment des réseaux sociaux et du jumelage de bibliothèques. Une personne salariée au sein du Groupe romand ou des membres bénévoles peuvent également se charger de ce rôle

en se déplaçant dans les bibliothèques qui en font la demande ou en prodiguant des conseils par téléphone ou par Skype.

#### Ressources humaines

- Les moyens humains sont constitués des membres de l'association. Ce service demande le temps pour prodiguer des conseils, voire celui du déplacement physique vers les bibliothèques concernées.

#### Ressources matérielles

- Les ressources matérielles nécessaires sont constituées des outils mis en place par ailleurs (compte Facebook, jumelage ou un moyen de communication quelconque) et d'un moyen de transport éventuellement.

#### Ressources financières

- Ce service n'a quasiment pas de coût si l'on compte sur le bénévolat des membres et l'équipement existant par ailleurs, excepté pour les déplacements physiques.

### **7.2.3 Défense de la profession et amélioration de son image auprès des publics**

En matière de lobbying, comme évoqué ci-devant sous le point 4.1.3, le Groupe romand comme l'association nationale rencontrent des difficultés d'ordre notamment structurel, dues à la configuration du système politique suisse. Les résultats de l'analyse de l'enquête auprès des non-membres montrent aussi que 72.3 % des répondants pour les bibliothèques scolaires et 59.6 % pour la lecture publique soit ne se prononcent pas, soit sont plutôt pas d'accord à pas du tout d'accord quant à son rôle à ce niveau.

Ci-après sont ébauchées six idées pour mieux défendre la profession et améliorer son image auprès des publics romands. Ces actions peuvent également être l'occasion pour le Groupe romand, si ce n'est déjà le cas, de développer ses relations publiques.

#### ***Actions politiques***

Le principe est de prendre part à la vie politique romande afin de peser dans les décisions qui touchent les bibliothèques publiques et scolaires. Plusieurs pistes, dont certaines ont déjà été explorées par le Groupe romand, suivent :

##### *Les commissions*

Etre présent dans des commissions, par exemple, auprès de la Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP), afin de proposer d'introduire dans le Plan d'étude romand (PER) la mention du rôle des bibliothèques et bibliothécaires qualifiés dans le développement harmonieux de l'enfant.

Mener des actions pour rester dans le paysage des objectifs politiques de chacune des personnes en charge de la formation et de la culture au niveau cantonal. Il s'agit dans un premier temps d'identifier ces personnes et d'effectuer une veille sur les actualités et les communiqués de ces départements. Des membres du Groupe romand peuvent demander à être présents dans des commissions intéressant la culture et la formation et faire des comptes rendus au comité qui peut alors décider des actions à entreprendre. Le cas échéant, le comité peut réagir par écrit aux communications du département et lui transmettre les documents qu'il juge utiles.

#### *Action lors d'un scrutin*

A l'image de ce qu'a fait l'Association des bibliothécaires de France (ABF) en interpellant les partis politiques « sur la place des bibliothèques dans la société française » à l'occasion d'élections municipales, le Groupe romand peut envisager d'interpeller les partis politiques en amont d'un scrutin pour faire valoir le service et l'espace publics uniques que constituent les bibliothèques (TEXIER 2014).

#### *Actions coups de poing*

Des initiatives coup de poing peuvent être menées, sans nécessairement qu'elles aboutissent, l'objectif étant de médiatiser la cause des bibliothèques de lecture publique et scolaires et des bibliothécaires y travaillant.

#### Ressources humaines

- Toutes ces propositions demandent un investissement important des membres. Il s'agit donc de trouver des personnes qui soient prêtes à donner de leur temps, de leur énergie et de leur inventivité.

#### Ressources matérielles et financières

- Ces ressources sont difficiles à estimer. Elles dépendront du type d'actions entreprises.

#### ***Rapports avec la presse***

Le principe consiste à faire un communiqué de presse lors d'occasions particulières afin d'être plus présent dans les médias. Il peut être envisagé, par exemple, d'envoyer un communiqué de presse à des hebdomadaires (L'Hebdo, L'Illustré) ou à des quotidiens (presse locale ou gratuite) pour signaler une conférence avec une personnalité. Pour venir en aide à de petites bibliothèques qui n'ont pas beaucoup de moyens, le Groupe romand peut également, lors d'activités particulières, se charger de rassembler l'information et de la transmettre à la presse.

### Ressources humaines

- Dans ce projet, des membres sont mobilisés pour rédiger des communiqués de presse ou pour rassembler des informations et les envoyer aux médias.

### Ressources matérielles

- Les ressources matérielles sont un ordinateur et un accès à Internet.

### Ressources financières

- Elles sont quasiment nulles, excepté s'il faut payer un encart publicitaire dans un média.

### ***Témoignages***

Le principe est de recueillir les témoignages d'usagers, bibliothécaires, auteurs, enseignants, etc. sur ce que la bibliothèque leur a apporté et de les diffuser sur le site et sur la future page Facebook. Par exemple, le témoignage de parents d'élèves qui expliquent l'influence positive que la bibliothèque scolaire a eu sur leur parcours d'élèves à l'époque de leur scolarité. Dans le même ordre d'idée, des bibliothécaires et des usagers peuvent faire des mini-reportages vidéo de deux ou trois minutes sur leur bibliothèque et ce qui s'y passe ou ce qu'ils y trouvent. Chaque mois, un mini-reportage peut être posté sur la future page Facebook.

### Ressources humaines

- Il s'agit pour des membres d'enregistrer ces témoignages, de les retranscrire le cas échéant, et de les mettre en ligne sous forme écrite ou audiovisuelle sur le support qui aura été choisi. Cette action peut entraîner des déplacements.

### Ressources matérielles et financières

- Elles sont principalement le matériel de capture du son et de l'image, mais l'usage des smartphones et des tablettes a largement démocratisé cette pratique.

### **« Avenue des affiches »**

Une « Avenue des affiches », sur le modèle de ce que propose l'IFLA, peut être implémentée au niveau romand ou national. Elle doit permettre de communiquer autour des prestations des bibliothèques membres. Le principe initié par l'IFLA consiste à faire parler de soi en réalisant un poster qui présente sa bibliothèque. Les meilleurs posters sont ensuite exposés lors du congrès annuel. Au niveau romand, on peut envisager que ces affiches soient mises en ligne sur le site de la CLP, par exemple sous forme de galerie de photos. Les internautes donnent des appréciations selon le principe du « like » de Facebook, puis les affiches les plus plébiscitées sont exposées physiquement, par

exemple lors du Salon du livre. Les affiches peuvent ensuite avoir une seconde vie en étant exposées dans des bibliothèques membres.

#### Ressources humaines

- Les ressources humaines pour cette action sont, pour la réalisation des affiches, le personnel des bibliothèques, ainsi que le Secrétaire général ou un membre ayant des droits sur le site pour la mise en ligne. Les usagers des bibliothèques peuvent bien évidemment être mis à contribution.

#### Ressources matérielles

- Un ordinateur et un accès à internet sont indispensables pour mettre en ligne les affiches et recueillir les suffrages.

#### Ressources financières

- Le coût est quasi nul si l'on excepte les frais liés à un partenariat éventuel avec une institution hébergeant l'exposition lors du Salon du livre.

### ***Célébrer des événements***

#### *Mois des bibliothèques*

Le Groupe romand de la CLP peut proposer de fêter un événement tel que le mois des bibliothèques et utiliser son site pour communiquer les actions menées à cette occasion.

#### *Journée mondiale du livre*

Alternativement, la Journée mondiale du livre et du droit d'auteur peut devenir une date clé où des bibliothèques publiques et scolaires romandes sont mises en valeur par le biais de différentes actions proposées par l'association ou par ses membres. La célébration de ces événements peut se faire au niveau national, alliant dans une même dynamique la Suisse romande et la Suisse alémanique.

#### *Journée d'action romande*

Le Groupe romand peut aussi proposer une journée d'action sur toute la Romandie à l'image de l'action BiblioVaud. Cette action est une journée portes ouvertes de toutes les bibliothèques vaudoises un samedi dans l'année avec des animations (contes, lectures, ateliers, conférences, etc.) autour d'un thème (Partez en voyage avec le samedi des bibliothèques 2014).

#### Ressources humaines, matérielles et financières

- Les ressources pour ces événements varient considérablement en fonction des actions proposées pour les célébrer. Le rôle du Groupe romand peut, par exemple, être de coordonner ces activités et d'en faire la publicité.

### **7.2.4 Amélioration de l'identité de l'association et du Groupe romand**

Afin d'améliorer l'identité de l'association, plusieurs actions peuvent être envisagées.

#### ***Identité « culture »***

Le principe est d'insérer un historique de l'association sur le site afin de renforcer son identité « culture » (d'où vient-elle, quel chemin a-t-elle parcouru, où va-t-elle ?) et de permettre, par exemple, de célébrer un anniversaire (Libaert, Pierlot 2014, p. 29). Cela répond au critère 2 « Au sujet de l'association » de l'article de Yazdi et Deshpande (2013) présenté au chapitre 6.6. Cette identité peut également être renforcée par l'édition de photos immortalisant des moments clés de l'association sur un compte Facebook.

#### Ressources humaines

- Le Secrétaire général peut éventuellement se charger d'insérer cet historique sur le site. Pour le rédiger, un appel à contribution peut être fait par courriel aux membres des comités romand, alémanique et central, une personne se chargeant de la rédaction finale.

#### Ressources matérielles

- Seul un ordinateur et un accès à Internet sont nécessaires en termes de ressources matérielles.

#### Ressources financières

- Cette action ne requiert pas de moyens financiers.

#### ***Identité relationnelle***

L'identité relationnelle d'une association est la relation qu'elle entretient avec ses sympathisants. La communication relationnelle est un des points forts des associations et se distingue de la communication persuasive des entreprises à but lucratif (Libaert, Pierlot 2014 : p. 28-29). Une action pour améliorer cette identité est de proposer une tribune libre ou un courrier des lecteurs dans la revue SAB-Info-CLP, afin qu'ils puissent y déposer des commentaires, notamment sur les actions et prestations de la CLP. Le développement de l'activité du Groupe romand vers les réseaux sociaux va aussi dans le sens d'une meilleure identité relationnelle.

#### Ressources humaines

- Le Secrétaire général qui gère déjà la revue serait là aussi sollicité pour gérer cette tribune libre en y insérant les commentaires reçus et sélectionnés selon des critères qui doivent être définis au préalable et explicités dans la revue.

#### Ressources matérielles

- Les ressources matérielles dont l'association doit disposer sont un ordinateur et un accès à Internet.

### Ressources financières

- L'insertion de cette tribune libre n'entraîne quasiment pas de coût, si le travail peut être fait par le Secrétaire général.

### ***Publicité de l'association et professionnalisation de certaines tâches***

Les deux points qui suivent, à savoir la proposition d'actions de marketing et la professionnalisation de certaines tâches, s'ils concourent à l'amélioration de l'identité de l'association en général et du Groupe romand en particulier, ne sont pas à proprement parler des actions ou des prestations offertes à leurs publics, mais des moyens qui rendent cette offre possible. Dès lors, il me semble intéressant de les inclure dans ce chapitre.

### ***Publicité de l'association***

Afin de faire sa publicité, le Groupe romand peut envisager un dépliant présentant la CLP, qui soit distribué aux non-membres lors des assemblées générales, envoyé aux bibliothèques par voie postale ou encore passé de la main à la main entre collègues et connaissances. Un formulaire d'adhésion et un bulletin de versement peuvent éventuellement y être insérés.

Une autre proposition est une affiche distribuée aux bibliothèques membres et non membres. Le principe est de reprendre le logo de la CLP avec un slogan et de donner des indications, telles que le fait qu'elle est sur Facebook ou les prestations qu'elle offre. On peut envisager pour terminer une phrase du type : « *Votre bibliothèque est peut-être déjà membre, ou vous êtes membre des associations romandes suivantes :... vous pouvez profiter des prestations offertes au tarif membre !* ». On peut imaginer d'y insérer un code QR<sup>20</sup> permettant, par exemple, de naviguer vers le site de l'association.

Les représentations tirées du questionnaire et présentées sous le point 5.1.4.1 peuvent être utilisées pour alimenter le contenu du dépliant et de l'affiche ou pour le choix d'un slogan.

---

<sup>20</sup> Code barre à deux dimensions qui permet de stocker plus d'informations qu'un code barre classique ; il peut être décodé à l'aide d'un appareil mobile et donne accès à de l'information comme des vidéos, des sites, etc. ou permet des actions comme envoyer un courriel ou faire un paiement (Code QR 2014).



### Ressources humaines

- Le dépliant comme l’affiche peuvent nécessiter de faire appel à un graphiste en plus des compétences des membres pour leur contenu.

### Ressources matérielles

- « SSB.service aux bibliothèques SA », le prestataire qui gère les stocks et la diffusion des publications pour l’association au niveau central peut éventuellement prendre en charge la gestion de ces nouveaux moyens de communication.

### ***Professionalisation de certaines tâches***

La situation de miliciens des membres du comité du Groupe romand de la CLP, comme mentionnée ci-devant sous le point 4.1.1., est discutée. Ce statut permet d’être au plus près de l’opérationnel, contrairement à ce qui peut se produire lorsqu’on professionnalise certaines tâches, mais présente ses limites. Selon un avis recueilli, une bonne organisation et répartition des tâches peut pallier une perte éventuelle de contact avec la base. Une personne salariée peut, par exemple, se dédier à un travail de veille ou se déplacer dans certaines régions pour apporter des conseils aux bibliothèques, tout en restant assujettie au comité au même titre que ses membres miliciens. Cette personne peut avoir un statut de secrétaire général ou de coordinateur. Il pourrait s’agir, par exemple, de l’actuelle secrétaire de Bibliomedia, à qui serait délégué un travail de prospection, de traduction, de prise en charge de la communication du Groupe, ce qui soulagerait les membres du comité et éviterait la création systématique de groupes de travail pour mener à bien toutes ces tâches. Quelle que soit la solution adoptée, le changement de statut d’un poste de travail de bénévole à permanent, tel celui d’un coordinateur, mérite d’être débattu au sein même du comité, voire lors d’une consultation plus large de tous les membres de l’association afin d’impliquer tout le monde. Par ailleurs, le professionnalisme et l’engagement de chacun, permanents comme bénévoles, doivent être régulièrement soulignés et encouragés pour que tous se sentent valorisés, ceci afin de permettre à l’association d’atteindre les buts qu’elle s’est fixés (Libaert, Pierlot 2014, p. 72-73). Enfin, la question du mode de financement du salaire de cette personne doit également être résolue.

### **7.2.5 Synthèse**

La synthèse des propositions qui précèdent est là aussi donnée sous forme d’analyse SWOT sur la page suivante.

Tableau 5 : Nouvelles prestations et actions

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Formation	« Boîte à idées »	Recueillir des informations sur les besoins des membres	Traitement de l'information récoltée	Occuper d'autres créneaux Mieux prendre en compte la réalité du terrain	Risque d'empiéter sur les services d'autres associations
	E-learning	Permettre à plus de membres d'assister aux formations	Coût du logiciel, de son implémentation Formation des intervenants Risque de retrouver des classes vides en présentiel	S'adapter aux changements technologiques et aux attentes qu'ils engendrent	Etre concurrencé par les offres parallèles
Réseautage et échanges entre membres et association	Espace membres	Permettre un meilleur réseautage entre les membres Augmenter la fréquentation du site	Gérer des droits Alimenter et modérer l'espace membres	Etre à même de faire une distinction plus claire entre l'offre aux membres et l'offre publique	néant
	Actualités	Possibilité de créer un flux RSS (méthode push) Etre plus réactif par la transmission d'informations récentes	Alimenter les actualités Mettre éventuellement en place une cellule de veille sur les actualités	Moderniser le site en utilisant des outils appropriés	Concurrence des autres sources d'actualités

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
	Podcast des conférences	Donner envie de venir assister aux conférences Matière pour alimenter un éventuel espace membres Coût quasiment nul	Risque que les membres renoncent à assister en présentiel aux conférences	Suivre l'évolution des technologies Se mettre au goût du jour	Infobésité
	Jumelage entre bibliothèques	Favoriser le réseautage Coût quasiment nul	Dépend du dynamisme des participants	Fédérer les bibliothécaires au-delà de la seule Romandie	Offres concurrentes Barrière de la langue
	Conseil	Répondre aux besoins de petites structures Partager son savoir-faire	Trouver des bénévoles pour prodiguer des conseils Coût d'un déplacement éventuel	Rayonnement de la CLP par une offre plus étoffée	Internet et réseaux existant d'autoformation
Défense de la profession et amélioration de son image auprès des publics	Actions politiques	Mieux représenter ses membres et la profession	Trouver des bénévoles pour exercer ce lobbying Déterminer quelles actions mener	Influencer le politique	Autres associations qui font du lobbying Fédéralisme
	Rapports avec la presse	Attirer du monde pour les conférences Mieux soutenir les petites bibliothèques	Trouver des bénévoles Coût éventuel d'un encart publicitaire	Etre plus présent dans les médias	Offre concurrente

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
	Témoignages	Mise en valeur de la profession Coût quasiment nul	Recueillir, sélectionner et mettre les témoignages en ligne	Améliorer l'image de la profession et des bibliothèques Pour les témoins et les lecteurs réflexion autour de ce que la bibliothèque rend possible Réflexion autour de ce qu'est une bibliothèque	Infobésité
	« Avenue des affiches »	Valoriser l'image des membres et des bibliothèques Coût quasiment nul pour le Groupe	Difficulté de stimuler les bibliothèques pour qu'elles participent Dépend de leur dynamisme	Publicité pour les bibliothèques participantes	Offre concurrente
	Célébrer un événement	Fédérer les membres autour d'une date clé	Dépend de la capacité de l'association à motiver les bibliothèques	Publicité pour les bibliothèques participantes	Offre concurrente
Amélioration de l'identité de l'association et du Groupe romand	Identité « culture »	Améliorer l'identité « culture » de l'association en l'ancrant dans son histoire	Récolter les informations pertinentes Rédiger l'article et le mettre en ligne	Donner des repères aux internautes	Comparaison avec les sites des autres associations

Type de service	Nom de l'offre	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
		Célébrer un anniversaire Coût quasiment nul			
	Identité relationnelle	Améliorer la relation que le Groupe romand entretient avec ses membres Tirer un plus grand parti de la revue SAB-Info-CLP	Gérer les courriers des lecteurs Animer les réseaux sociaux	Professionaliser la communication Suivre l'évolution des technologies	Offre concurrente
	Publicité de l'association	Réflexion autour de la meilleure façon de se vendre	Coût éventuel d'un graphiste	Renforcer sa présence sur la scène romande	Offre concurrente
	Professionalisation de certaines tâches	Pouvoir déléguer certaines tâches Mieux se concentrer sur certaines tâches	Risque de perte de contact avec la base Coût d'une personne salariée	Etre plus proactif	Offre concurrente

## 8. Bilan

Les objectifs de ce travail étaient la conduite d'une enquête auprès des non-membres du Groupe romand de la CLP afin de cerner leurs profils, leurs attentes et leurs besoins, ainsi que la proposition d'améliorations et de développements de nouvelles prestations et actions pour les amener à s'affilier. Ces deux objectifs ont été traités. Pour le premier, une question supplémentaire sur le type de besoins ressentis aurait pu amener d'autres éléments intéressants. Toutefois, certains répondants se sont exprimés à ce propos dans la dernière question ouverte du questionnaire concernant les suggestions et remarques. Pour le deuxième, les solutions proposées n'ont été que survolées. Il est dès lors évident qu'une analyse plus approfondie serait nécessaire avant de les mettre en œuvre éventuellement. Par ailleurs, ces solutions impliquent une collaboration active des membres allant au-delà des seuls membres du comité romand. La réalisation des solutions proposées peut être un moyen de les encourager à s'investir davantage dans l'association.

J'ai énoncé dans la méthodologie les problèmes rencontrés lors de l'élaboration de l'enquête. Je ne reviendrai donc pas dessus, mais j'espère les avoir surmontés au mieux. Le nombre de questionnaires retournés était en tous les cas encourageant dans l'étape, cruciale pour ce travail, de l'enquête. J'ai cherché à tirer le meilleur parti possible des résultats. Entre ceux-ci, les entretiens semi-dirigés effectués auprès des membres du comité romand et mes lectures, j'ai récolté des informations qui m'ont été précieuses dans la réalisation de ce travail.

Par ailleurs, je souhaitais au départ proposer un état de l'art des prestations, actions et communications d'associations similaires à l'étranger. J'étais trop ambitieuse ! D'une part, car il existe un nombre considérable d'associations bibliothéconomiques et en sciences de l'information et, d'autre part, parce qu'il n'est pas toujours aisé de connaître le détail de leurs prestations et actions sans en être membre. C'est pourquoi j'ai sélectionné les actions qui m'ont semblé intéressantes et que j'ai pu reprendre dans la partie consacrée à la proposition et au développement de nouvelles prestations et actions à mettre en œuvre.

Enfin, la littérature concernant le marketing des associations est peu abondante. J'ai donc choisi, le cas échéant, des documents qui traitaient de problématiques liées aux services d'information documentaire et ai adapté ou extrapolé leurs analyses au contexte associatif concerné.

## 9. Conclusion

Le défi de ce travail était de proposer des solutions concrètes pour amener les non-membres à s'affilier à l'association. Ces solutions ont pris la direction d'améliorations des services existants et de développements de nouveaux services afin de mieux répondre aux besoins et attentes identifiés lors de l'analyse de l'enquête et des entretiens menés auprès des membres du comité. Les points forts du Groupe romand de la CLP sont ressortis comme étant son dynamisme, son ancrage dans toute la Suisse romande, ses groupes de travail, sa formation continue et toutes les actions mises en place ces dernières années et énumérées dans l'état des lieux ci-devant. Par ailleurs, l'association répond à un besoin avéré de coordination et d'harmonisation de la lecture publique et des bibliothèques scolaires au niveau suisse, aucun organe étatique n'existant pour exercer ce rôle.

Il est également ressorti de ce travail que la structure quelque peu compliquée de l'association nuit à son image et qu'une meilleure communication à ce niveau serait bénéfique, ce d'autant plus qu'il y a de nombreuses associations professionnelles en sciences de l'information et qu'il existe un certain flou quant aux spécificités de chacune d'entre elles.

Avec l'intégration à l'offre des réseaux sociaux, le Groupe romand s'inscrit dans l'évolution de la technologie de l'information et de la communication actuelle. Des efforts soutenus dans ce sens doivent encore être fournis, notamment pour le développement de son site vers l'intégration des outils du web 2.0. Ces nouvelles tâches posent dès lors la question de la professionnalisation de certaines d'entre elles par l'engagement d'un coordinateur ou secrétaire général salarié pour le Groupe. Son financement ne serait toutefois pas résolu, les bénéfices engrangés par le Groupe romand, s'ils permettent de rémunérer certaines prestations, n'étant pas suffisants pour assumer le salaire d'un employé permanent. Une gestion par mandat serait plus appropriée si cette option devait être prise dans l'immédiat.

En conclusion, le Groupe romand, au sein de l'association nationale, a de beaux jours devant lui, en particulier s'il parvient à mieux fédérer ses membres et à favoriser leur réseautage, ce qui semble être la direction prise aujourd'hui.

## 10. Lexique

AID : Assistant en information documentaire

AAID : Association des agent(e)s et des assistant(e)s en Information documentaire

ABF : Association des bibliothèques fribourgeoises

AGBD : Association genevoise des bibliothécaires et professionnels diplômés en information documentaire

AIFBD : Association internationale francophone des bibliothécaires documentalistes

AJB : Association jurassienne de bibliothécaires

AROLE : Association romande de littérature pour l'enfance et la jeunesse

BDA : Bibliothécaire, documentaliste, archiviste

BIS : Bibliothèque Information Suisse

CAS : Certificate of advanced studies

CLP : Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique

ETP : Emploi temps plein

FAQ : Foire aux questions

GRBV : Groupe régional des bibliothécaires vaudois

GVB : Groupement valaisan des bibliothèques

HES : Haute école spécialisée

ID : Information documentaire

IFLA : International Federation of Library Associations and Institutions

Lobbying : « Groupement organisé pour influencer les pouvoirs publics dans un sens favorable aux intérêts de ses membres ou à une cause d'intérêt général. » (Guillien, Vincent 1999)

Microenvironnement : Il est constitué des publics, concurrents et partenaires d'un organisme et s'oppose au macro environnement qui est constitué par l'environnement technologique, géographique, démographique, économique et politico-légal (Ibnlkhayat 2005, p. 370-385)



MOOC : Massive open online course

NEG. : Négatif

PER : Plan d'études romand

PISA : Programme international pour le suivi des acquis des élèves

Push/pull : Méthode qui consiste à pousser l'information vers le consommateur. Elle s'oppose à la méthode pull où c'est le consommateur qui va chercher l'information en effectuant lui-même une recherche (Encyclopédie e-business 2012)

QR code : Code barre à deux dimensions qui permet de stocker plus d'informations qu'un code barre classique ; il peut être décodé à l'aide d'un appareil mobile et donne accès à de l'information comme des vidéos, des sites, etc. ou permet des actions comme envoyer un courriel ou faire un paiement (Code QR 2014)

Ranking : « Le ranking ou rang est la position qu'occupe une page ou un site web dans les pages de résultats d'un outil de recherche qui sont consécutives à une requête effectuée sur un mot clé. » (Définition web-marketing 2014)

Swiss-lib : « Liste de discussion suisse des spécialistes en information et documentation » (Swiss-lib 2014)

SWOT : Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

Web 2.0 : Technologie du web social qui permet à l'internaute d'être actif et d'interagir grâce aux outils mis à sa disposition, notamment par le biais des réseaux sociaux

Webinaire : « séminaire multimédia et interactif, réunissant des spécialistes, qui est accessible en ligne sur inscription, et que l'on peut suivre, en direct ou en différé, sur le Web (...). » (L'Encyclopédie e-business 2014)

Webométrie : La webometrie est l'analyse quantitative des pages et des sites web, plus particulièrement des liens hypertextuels entrant et sortant des pages web

# Bibliographie

## L'enquête

### Articles

LUND, James, 2012. Redefining the professional in our field. *The Bottom Line : Managing library finances* [en ligne]. 2012. Vol. 25 Issue 2, pp. 53–55. [Consulté le 25 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0888-045X&volume=25&issue=2&articleid=17048115&show=html> [accès par abonnement]

WHITE, Herbert S, 2006. Ruminations after retirement. *Library Journal* [en ligne]. 15 mars 2006. Vol. 131 Issue 5, pp. 53-53. [Consulté le 25 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail?vid=10&sid=fe447f45-965c-46ec-983f-4dd4d5b071e5%40sessionmgr115&hid=124&bdata=JnNpdGU9ZWZhc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=lih&AN=20052144> [accès par abonnement]

YAZDI, Fahimeh Ahmadian, DESHPANDE, N.J., 2013. Evaluation of selected library associations' web sites. *Aslib Proceedings* [en ligne]. 2013. Vol. 65 Issue 2, pp. 92-108. [Consulté le 25 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0001-253X&volume=65&issue=2&articleid=17084213&show=html> [accès par abonnement]

### Monographies

FENNETEAU, Hervé, 2007. *Enquête : entretien et questionnaire*. 2e éd. Paris : Dunod. ISBN 9782100513376

FOX, William, 1999. *Statistiques sociales*. Trad. et adaptation de la 3<sup>e</sup> éd. Américaine par Louis Imbeau. Paris : De Boeck Université. Méthodes en sciences humaines. ISBN 2-8041-3348-6.

PY, Bernard, 2013. *La statistique sans formule mathématique : comprendre la logique et maîtriser les outils*. 3<sup>e</sup> éd. France : Pearson. ISBN 978-2-326-00007-0.

### Ouvrages de référence

L'échantillon d'étude et la population cible. *Laboratoire de Biostatistique, Epidémiologie et Informatique Médicale de la Faculté de Médecine de Tours* [en ligne]. 10 avril 2013. [Consulté le 6 août 2014]. Disponible à l'adresse : <http://biostat.med.univ-tours.fr/mediawiki/index.php/LBEIM:NOD0143>

GUILLIEN, Raymond, VINCENT, Jean, 1999. *Lexique des termes juridiques*. Sous la dir. de Serge Guinchard et Gabriel Montagnier ; avec le concours de Jacques Azema et al. 12<sup>e</sup> éd. Paris : Dalloz. ISBN 2 247 03487 X

« Toupictionnaire » : le dictionnaire de la politique, 2014. *La Toupie*. [en ligne]. [Consulté le 28 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.toupie.org/Dictionnaire/>

## **Rapport**

DIRECTION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT OBLIGATOIRE (DGEO), 2007. *Recommandations et normes pour les bibliothèques scolaires* [en ligne]. Lausanne : DGEO, septembre 2007. [Consulté le 16 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.bcu-lausanne.ch/wp-content/uploads/2013/05/Bbi\\_Bibli\\_scolaires\\_Recommandations\\_et\\_normes.pdf](http://www.bcu-lausanne.ch/wp-content/uploads/2013/05/Bbi_Bibli_scolaires_Recommandations_et_normes.pdf)

## **Sites Internet et pages web**

ASSOCIATION DES AGENT(E)S ET DES ASSISTANT(E)S EN INFORMATION DOCUMENTAIRE (AAID), 2014. *Association des Agent(e)s et des Assistant(e)s en Information Documentaire (AAID)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.aaid.ch/>

ASSOCIATION DES BIBLIOTHEQUES FRIBOURGEOISES (ABF), 2014. *Association des bibliothèques fribourgeoises (ABF)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.abf-vfb.ch/fr/accueil/>

ASSOCIATION GENEVOISE DES BIBLIOTHÉCAIRES ET PROFESSIONNELS DIPLÔMÉS EN INFORMATION DOCUMENTAIRE (AGBD), 2014. *Association genevoise des bibliothécaires et professionnels diplômés en information documentaire (AGBD)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.agbd.ch/>

ASSOCIATION INTERNATIONALE FRANCOPHONE DES BIBLIOTHÉCAIRES DOCUMENTALISTES (AIFBD). *Association internationale francophone des bibliothécaires documentalistes (AIFBD)* [en ligne]. [Consulté le 19 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://aifbd.org/>

ASSOCIATION JURASSIENNE DE BIBLIOTHÉCAIRES (AJB), 2014. *Association jurassienne de bibliothécaires (AJB)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.juralecture.ch/blog/index/code/ASSO\\_JURA\\_BIBLI](http://www.juralecture.ch/blog/index/code/ASSO_JURA_BIBLI)

ASSOCIATION ROMANDE DE LITTÉRATURE POUR L'ENFANCE ET LA JEUNESSE (AROLE), 2014. *Association romande de littérature pour l'enfance et la jeunesse (AROLE)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.im-arole.ch/>

BIBLIOMEDIA SUISSE, 2014. *Bibliomedia Suisse* [en ligne]. [Consulté le 12 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliomedia.ch/fr/>

BIBLIOTHEQUE INFORMATION SUISSE (BIS), 2014. *Bibliothèque information suisse (BIS)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.bis.ch/index.php?id=2&L=1>

CAS Bibliothécaire en milieu scolaire. Haute école pédagogique (HEP) [en ligne]. 9 décembre 2013. [Consulté le 19 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <https://www.hepl.ch/cms/accueil/formation/offres-formation-de-la-hep-vaud/formations-postgrades/offre-de-formations-postgrades/cas-certificate-advanced-studies/cas-bibliothecaire-en-milieu-sco.html#ouverture>

COMMUNAUTE DE TRAVAIL DES BIBLIOTHEQUES SUISSES DE LECTURE PUBLIQUE (CLP), 2014. *Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique (CLP)* [en ligne]. [Consulté le 10 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.sabclp.ch/fr/>

Formations courtes. Haute école de gestion de Genève (HEG) [en ligne]. 2014. [Consulté le 19 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.hesge.ch/heg/formation-continue/formations-courtes>

GROUPE RÉGIONAL DES BIBLIOTHÉCAIRES VAUDOIS (GRBV), 2014. *Groupe régional des bibliothécaires vaudois (GRBV)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.grbv.ch/index.html>

GROUPEMENT VALAISAN DES BIBLIOTHÈQUES (GVB), 2014. *Groupe valaisan des bibliothèques (GVB)* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.gvbvalais.ch/>

Guide des bibliothèques de lecture publique de Suisse Romande, 2014. *Bibliomedia Suisse* [en ligne]. [Consulté le 3 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliomedia.ch/BcLauO/guide/list.asp>

Histoire de l'encouragement fédéral de la culture. *Office fédéral de la culture (OFC)* [en ligne]. 1<sup>er</sup> février 2012. [Consulté le 31 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.bak.admin.ch/themen/04128/04213/?lang=fr>

IFLA, 2014a. *Fédération internationale des associations et institutions de bibliothèques (IFLA)* [en ligne]. [Consulté le 12 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.ifla.org/FR>

Population résidante permanente par canton. *Office fédéral de la statistique (OFS)* [en ligne] 2013: résultats annuels provisoires. [Consulté le 18 juin 2014] Disponible à l'adresse : [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/01/02/blank/key/raeumliche\\_verteilung/kantone\\_gemeinden.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/01/02/blank/key/raeumliche_verteilung/kantone_gemeinden.html)

Le système éducatif suisse. *Educa.ch* [en ligne]. 16 juillet 2014. [Consulté le 5 août 2014]. Disponible à l'adresse : <http://systemeeducatif.educa.ch/fr/systeme-educatif-suisse>

### **Supports de cours**

ESTERMANN WISKOTT, Yolande, 2012. *Cantons : bibliothèques et loi sur la culture* [document PDF]. Support de cours : Cours « Enjeux stratégiques et environnement des SID », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2011-2012.

MOESCHLER, Olivier, 2014. *Le « non-public » de la culture, réalité(s) d'un concept* [document PDF]. Support de cours : Cours « Sociologie des publics et comportement informationnel », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, année académique 2013-2014.

MUET, Florence, 2007. *Conduire une enquête auprès de son public* [document PDF]. Support de cours : « Analyse des besoins, Fiche technique », Haute école de gestion de Genève, filière Information documentaire, années académiques 2003/2007.

### **Travaux d'étude**

CARDINAUX, Aurélie, CHRISTEN, Anne, BEZENÇON, Christophe, 2008. *Groupe romand de la communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique : enquête de satisfaction*. Genève: Haute école de gestion de Genève. Travail présenté à la CLP romande le 27 mai 2008.

RENAUD, Isaline, 2014. *Les besoins des spécialistes de l'information en formation continue courte : étude de marché*. Genève : Haute école de gestion de Genève. Etude conduite par le Département Information documentaire de la HEG-GE en septembre 2013

## Les propositions d'améliorations et de développements des services

### Articles / billet de blog / e-mail

CHAIMBAULT, Thomas, 2014. Marketing, lobbying et advocacy. *Le blog de Thomas Chaimbault* [en ligne]. 11 mars 2014, 08:04. [Consulté le 3 août 2014] Disponible à l'adresse : <http://www.vagabondages.org/post/2014/03/11/Marketing%2C-lobbying-et-advocacy>

GORIN, Michel, 2014. *RE: TDB - questions et remarques* [message électronique]. 11 août 2014.

JOST, Clémence, 2013. Etats-Unis : Signature d'une Déclaration pour le droit des bibliothèques. *Archimag* [en ligne]. 2 août 2013. [Consulté le 25 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.archimag.com/article/etats-unis-signature-d%25E2%2580%2599une-d%25A9claration-pour-le-droit-des-biblioth%C3%A8ques>

MASSIS, Bruce, 2013. Library partnerships: a key to growth. *New Library World* [en ligne]. 14 août 2013. Vol. 114 Issue 11/12, pp. 550–553. [Consulté le 25 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0307-4803&volume=114&issue=11/12&articleid=17100248&show=html> [accès par abonnement]

RANKIN, Carolynn, 2013. The National Year of Reading: Librarians as key partners in empowering communities and building a nation of readers. *New Library World* [en ligne]. 29 janvier 2013. Vol. 114 Issue 5/6, pp.199-213 [Consulté le 27 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0307-4803&volume=114&issue=5/6&articleid=17088316&show=html> [accès par abonnement]

TEXIER, Bruno, 2014. L'ABF veut placer les bibliothèques au cœur des élections municipales. *Archimag* [en ligne]. 25 février 2014. [Consulté le 25 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.archimag.com/article/L%2527ABF-veut-placer-biblioth%C3%A8ques-au-coeur-des-%25A9lections-municipales>

VAUFREY, Christine, 2014. Classes virtuelles : quand le formateur devient animateur d'apprentissages. *Thot Cursus : formation et culture numérique* [en ligne]. 25 janvier 2014. [Consulté le 2 août 2014]. Disponible à l'adresse : <http://cursus.edu/article/21332/classes-virtuelles-quand-formateur-devient-animateur/#.U9zzDmMquiC>

### Conférences

FARMER, Lesley, 2013. Collaboration in support of library training. In : IFLA WLIC 2013. *Future Libraries : Infinite Possibilities, Singapour, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, 17-23 août 2013* [en ligne]. Singapour : IFLA, 10 p. [Consulté le 14 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://library.ifla.org/189/1/208-farmer-en.pdf>

TODD, Ross J., 2014. School library advocacy, evidence and actions in the USA : principles for planning and implementing advocacy initiatives. In : IFLA WLIC 2014. *Libraries, Citizens, Societies: Confluence for Knowledge, Lyon, Centre de congrès de Lyon, 16-22 août 2014* [en ligne]. Soumis le 19 juin 2014. Lyon : IFLA, 10 p. [Consulté le 11 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://library.ifla.org/852/1/213-todd-en.pdf>

## **Monographies**

IBNLKHAYAT, Nozha, 2005. *Marketing des systèmes et services d'information et de documentation*. Québec : Presse de l'université du Québec. ISBN 2-7605-1285-1

LIBAERT, Thierry, PIERLOT, Jean-Marie, 2014. *Communication des associations*. 2<sup>e</sup> éd. Paris : Dunod. ISBN 978-2-10-070568-9.

MUET, Florence, SALAÜN, Jean-Michel, 2001. *Stratégie marketing des services d'information : bibliothèques et centre de documentation*. Paris : Cercle de la Librairie. Bibliothèques. ISBN 2-7654-0794-0.

## **Ouvrages et services de référence**

Code QR. *Wikipédia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 8 août 2014 19:12. [Consulté le 22 août 2014]. Disponible à l'adresse : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Code\\_QR](http://fr.wikipedia.org/wiki/Code_QR)

DEFINITION WEB-MARKETING, 2014. *Définition web-marketing* [en ligne]. [Consulté le 26 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.definitions-webmarketing.com/>

Encyclopédie e-business, 2012. *JDN Journal du net politique* [en ligne]. [Consulté le 2 août 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/encyclopedie/definition/532/54/22/webinar.shtml>

Institutions et lieux de culture en Suisse. *Wikipédia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 14 juillet 2014 15:51. [Consulté le 31 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Institutions\\_et\\_lieux\\_de\\_culture\\_en\\_Suisse](http://fr.wikipedia.org/wiki/Institutions_et_lieux_de_culture_en_Suisse)

InterroGE, 2014. *Re : Question de la bibliothèque – Réponse [Question #9736123]*. [message électronique]. 31 juillet 2014.

Swiss-lib. *Swiss-lib: Swiss list for information and documentation specialists* [en ligne]. 2014. [Consulté le 22 août 2014]. Disponible à l'adresse : <https://lists.switch.ch/mailman/listinfo/swiss-lib>

Webinaire. *Wikipédia : l'encyclopédie libre* [en ligne]. Dernière modification de la page le 3 avril 2014 10:15. [Consulté le 4 août 2014]. Disponible à l'adresse : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Webinaire>

## **Rapports**

UNESCO/IFLA. Manifeste UNESCO/IFLA de la bibliothèque scolaire. Adopté en 1999. In : *Site de l'UNESCO* [en ligne]. [Consulté le 16 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/school\\_manifesto\\_fr.html](http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/school_manifesto_fr.html)

UNESCO. Manifeste de l'UNESCO sur la bibliothèque publique. Adopté en 1994. *Site de l'UNESCO* [en ligne]. [Consulté le 16 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : [http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman\\_fr.html](http://www.unesco.org/webworld/libraries/manifestos/libraman_fr.html)

## **Sites Internet et pages web**

DOKEOS, 2014. *Dokeos : eLearning made easy* [en ligne]. [Consulté le 14 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.dokeos.com/fr/>

International school library month. *International Association of School Librarianship (IASL)* [en ligne]. [Consulté le 23 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.iasl-online.org/events/islm/>



Plan d'études romand (PER). *Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin (CIIP)* [en ligne]. [Consulté le 27 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.ciip.ch/CMS/default.asp?ID=1298>

Partez en voyage avec le samedi des bibliothèques 2014. *Bibliovaud* [en ligne]. 7 janvier 2014. [Consulté le 4 août 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.bibliovaud.ch/?p=2994>

School Library Month. *American Association of School Librarians (AASL)* [en ligne]. [Consulté le 21 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.ala.org/aasl/slm>

IFLA, 2014b. *Sister libraries for children's and young adult's reading* [en ligne]. 2 juin 2014. [Consulté le 21 juillet 2014]. Disponible à l'adresse : <http://www.ifla.org/node/1746>

### **Mémoires d'études consultés mais non référencés dans le texte**

BEZENÇON, Christophe. 2009. *Evaluation des bibliothèques HES, sélection et définition d'indicateurs de performance et de qualité : répondre à une Directive*. Genève : Haute école de gestion de Genève. Travail de bachelor.

JAGGI, Céline, MARTINET, Stéphanie, WULLIAMOZ, Anaïs, 2003. *Bibliothèque du CIO : analyse du public externe et de ses besoins*. Genève : Haute école de gestion de Genève. Travail de diplôme.

RENAUD, Isaline, 2011. *Quelles nouvelles prestations pour la Bibliothèque de la Ville de Bienne ?* Genève : Haute école de gestion de Genève. Travail de bachelor.

# Annexe 1 : Grilles d'entretien

## Guide d'entretien pour l'état des lieux du Groupe romand de la CLP

	N° d'entretien
	Date de l'entretien
	Personne interrogée et fonction
0. Champ du mandat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Cibles <ol style="list-style-type: none"> <li>a) incluent-elles les bibliothèques scolaires?</li> </ol> </li> <li>2) Etat des lieux et état de l'art <ol style="list-style-type: none"> <li>a) souhaitez-vous une étude du marché suisse romand de la lecture publique et scolaire?</li> <li>b) une revue de la littérature professionnelle des prestations et stratégies de communication d'institutions similaires vous paraît-elle pertinente?</li> </ol> </li> <li>3) Plan d'action <ol style="list-style-type: none"> <li>a) souhaitez-vous une estimation des ressources financières nécessaires à l'implémentation des solutions proposées?</li> <li>b) attendez-vous des propositions concernant le mode de financement des services et du fonctionnement de la CLP?</li> </ol> </li> </ol>
1. Données factuelles	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Comment puis-je avoir accès aux données factuelles concernant l'association (pv, rapports annuel, organigramme, extrait RC)?</li> <li>2) Liens entre la CLP et d'autres associations professionnelles <ol style="list-style-type: none"> <li>a) BIS</li> <li>b) Bibliomedia</li> <li>c) SSB</li> </ol> </li> <li>3) La CLP en bref</li> <li>4) Problématique de la Formation de base</li> </ol>
2. Identification des non-membres	<p>CLP</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Existe-t-il un fichier des membres romands de la CLP (avec ou sans adresses mail, sous quel format : fichier excel, word,...)?</li> <li>b) Puis-je y avoir accès?</li> </ol> <p>Guide des bibliothèques de lecture publique de Suisse romande - Bibliomedia (286 bibliothèques identifiées)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>c) Savez-vous comment faire pour avoir un login et mot de passe et à quelles informations cette identification donne accès?</li> </ol>



3. Identification des prestations actuelles	<p>En sus de la formation de base, des formations continues, de la publication CLP INFO et des normes, quelles formes prennent les prestations suivantes</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Animations : <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Quand, comment, à quelle fréquence et où sont-elles dispensées (lors de l'AG et/ou autres) ?</li> </ol> </li> <li>2) Publications : <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Y a-t-il toujours une publication "Choix de livres"? Si oui, sous quelle forme?</li> <li>b) Peut-on avoir accès aux archives de la revue CLP INFO ? Si oui, comment ?</li> </ol> </li> <li>3) Enquêtes et analyses</li> <li>4) Lobbying</li> <li>5) Offrez-vous d'autres prestations ? Si oui, lesquelles ?</li> </ol>
4. Satisfaction des usagers	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Quels services ont le plus de succès ? <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Tenez-vous des statistiques de fréquentation des cours ?</li> <li>b) Y a-t-il une demande excédant l'offre ou l'inverse ?</li> </ol> </li> <li>2) Connaissez-vous le degré de satisfaction des usagers par rapport aux prestations ? <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Par quel biais cette information vous parvient-elle ?</li> </ol> </li> <li>3) Tenez-vous des statistiques de fréquentation des AG ?</li> </ol>
5. Politique de communication	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Quels sont les canaux de communication que vous privilégiez <ol style="list-style-type: none"> <li>a) à l'interne ?</li> <li>b) à l'externe ?</li> </ol> </li> <li>2) Quelle est la fréquence de vos communications <ol style="list-style-type: none"> <li>a) à l'interne ?</li> <li>b) à l'externe ?</li> </ol> </li> <li>3) La communication est-elle faite au niveau de la CLP suisse ou au niveau des régions ?</li> </ol>
6. Nouvelles prestations	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Quels types de services pourraient selon vous être étoffés ou développés (formation continue, cours de base, animations, publications, normes, lobbying, réseautage, autres...) ?</li> <li>2) Quels types de communication selon vous pourrait être développée (site, mailing, newsletter, réseaux sociaux, campagne d'affichage ciblée, liste de diffusion, autres...)?</li> </ol>
7. Avenir de l'Association	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Comment voyez-vous l'avenir de votre association en particulier?</li> <li>2) et des associations professionnelles en bibliothéconomie en général?</li> </ol>

8. Informations annexes : timing	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Séance Comité romand (NE)</li><li>2) AG romande (Bienne)</li><li>3) Questionnaire</li></ol>
----------------------------------	--

## Guide d'entretien post-questionnaire - CLP

	N° d'entretien
	Date de l'entretien
	Personne interrogée et fonction
1. Nouvelles prestations	<p>Quels types de services en direction des bibliothèques scolaires pourraient selon vous être</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. étoffés</li> <li>2. développés</li> <li>3. ou proposés</li> </ol> <p>Idem pour la lecture publique</p>
2. Prestations et actions	<p>Quelles formes pourraient selon vous prendre les prestations/actions suivantes</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Animations : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Quand, comment, à quelle fréquence et où ?</li> </ol> </li> <li>2. Enquêtes et analyses <ol style="list-style-type: none"> <li>a. De quelle manière ?</li> <li>b. Comment les communiquer ?</li> </ol> </li> <li>3. Lobbying <ol style="list-style-type: none"> <li>a. pour la LP ?</li> <li>b. pour les bibliothèques scolaires ?</li> </ol> </li> <li>4. Autres prestations/actions ?</li> </ol>
3. Types d'affiliation	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comment pensez-vous qu'on puisse valoriser le statut de membre individuel, par rapport à celui de membre collectif ?</li> </ol>
4. Nouveaux modes de communication	<p>Quels types de communication selon vous pourraient être développés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• site,</li> <li>• mailing,</li> <li>• newsletter (projet en cours),</li> <li>• réseaux sociaux (projet FB/blog/FAQ en cours),</li> <li>• campagne d'affichage ciblée,</li> <li>• liste de diffusion (la CLP utilise déjà Swiss-lib pour diffuser la veille),</li> <li>• autres...?</li> </ul>
5. Points forts/faibles	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quels sont selon vous les points forts de l'association ?</li> <li>2. Quels sont ses points faibles ?</li> </ol>
6. Perception de l'avenir	<p>Comment voyez-vous l'avenir :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. de votre association en particulier?</li> <li>2. et des associations professionnelles en bibliothéconomie en général?</li> </ol>

## Annexe 2 : Questionnaire

### Vos besoins en termes de ressources professionnelles

**[Q1] Partant du constat que notre environnement professionnel requiert de notre part une adaptation permanente, pourriez-vous identifier parmi ces moyens ceux (au maximum 3) que vous privilégiez pour vous adapter à l'évolution de votre bibliothèque ? \***

Veuillez choisir **au plus** 3 réponses :

- ☐ Autoformation (y compris lectures professionnelles et informations professionnelles librement accessibles sur le web)
- ☐ Formation continue
- ☐ Échanges informels avec des collègues (sous forme de débats d'opinions, de théories, de retours d'expérience, etc. quel que soit le canal)
- ☐ Participation à des colloques
- ☐ Participation à des groupes de travail
- ☐ Aucun
- ☐ Autre:

**[Q2] Les moyens mentionnés à la question Q1 vous permettent-ils de combler vos besoins en matière d'adaptation à l'évolution de votre bibliothèque ? \***

**Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :**

La réponse n'était PAS 'Aucun' à la question [Q1]

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ En partie
- ☐ Sans réponse

**[Q3] Etes-vous membre d'une association professionnelle ? \***

Choisissez **toutes** les réponses qui conviennent :

- ☐ AAID (Association des Agent(e)s et des Assistant(e)s en Information Documentaire)
- ☐ ABF (Association des bibliothèques fribourgeoises)
- ☐ AGBD (Association genevoise des bibliothécaires et professionnels diplômés en information documentaire)
- ☐ AIFBD (Association internationale francophone des bibliothécaires documentalistes)
- ☐ AJB (Association jurassienne de bibliothécaires)
- ☐ AROLE (Association romande de littérature pour l'enfance et la jeunesse)
- ☐ BIS (Bibliothèque information suisse)
- ☐ GRBV (Groupe régional des bibliothécaires vaudois)
- ☐ GVB (Groupement valaisan des bibliothèques)
- ☐ IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions)
- ☐ Je ne suis d'aucune association professionnelle
- ☐ Autre:

**[Q3.1] Si vous êtes membre d'une/de plusieurs association(s) professionnelle(s), à quels types de prestations et/ou actions offertes par votre/vos association(s) avez-vous fait appel au cours des 6 derniers mois ? \***

**Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :**

La réponse n'était PAS 'Je ne suis d'aucune association professionnelle' à la question [Q3]

Choisissez **toutes** les réponses qui conviennent :

- ☐ Formation continue

- ☐ Groupe de travail
- ☐ Voyage d'étude
- ☐ Visite de bibliothèque
- ☐ Conférence
- ☐ Assemblée générale
- ☐ Publications
- ☐ Actualités proposées par le biais du site de votre association (newsletter, annonces de manifestations, flux RSS)
- ☐ Conseil
- ☐ Réseaux sociaux
- ☐ Aucun
- ☐ Autre:

#### La CLP et vous

##### [Q4] Connaissez-vous le Groupe romand de la Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique et scolaires (CLP) ? \*

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Oui, je connais le Groupe romand de la CLP, mais ne savais pas qu'il dépend d'une association nationale (CLP)
- ☐ Oui, je connais le Groupe romand de la CLP et l'association nationale dont il dépend
- ☐ Non, je ne connais pas le Groupe romand, mais connais l'association nationale (CLP)
- ☐ Non, je ne connais pas la CLP

##### [Q4.1] Si vous connaissez la CLP, par quel biais en avez-vous entendu parler ? \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse n'était PAS 'Non, je ne connais pas la CLP' à la question [Q4]

Choisissez **toutes** les réponses qui conviennent :

- ☐ Par le bouche à oreille
- ☐ Par le site web
- ☐ Par la liste de diffusion Swiss-lib
- ☐ Par l'association BIS
- ☐ Lors de ma formation
- ☐ Autre:

##### [Q4.2] Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ? \*

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse n'était PAS 'Non, je ne connais pas la CLP' à la question [Q4]

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Sans avis
Fédératrice : elle favorise la collaboration entre ses membres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proactive : elle aide au développement des compétences professionnelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dynamique : elle offre des services en lien direct avec l'actualité de la lecture publique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Sans avis
Dynamique : elle offre des services en lien direct avec l'actualité des bibliothèques scolaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiable : elle propose des aides concrètes et de qualité pour la gestion et l'organisation des bibliothèques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparente : elle communique efficacement sur ses projets et ses réalisations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparente : elle communique ouvertement sur ses objectifs, son fonctionnement et ses ressources	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porte-drapeau de la lecture publique : elle exerce un lobbying auprès des pouvoirs publics et de l'opinion publique pour la lecture publique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Porte-drapeau des bibliothèques scolaires : elle exerce un lobbying auprès des pouvoirs publics et de l'opinion publique pour les bibliothèques scolaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**[Q5] Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP\* ?**

**[Q5.1] Facteurs dits "endogènes" :\***

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Très important	Plutôt important	Peu important	Pas du tout important	Sans réponse
Soutien financier de la direction/tutelle pour l'adhésion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soutien financier de la direction/tutelle pour la formation continue et les frais annexes (déplacements, collations)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilité de faire de la formation continue pendant son temps de travail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*L'adhésion s'effectue à l'association nationale, elle implique l'adhésion au Groupe romand.

**[Q5] Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP\* ?**

**[Q5.2] Facteurs dits "exogènes" :\***

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Très important	Plutôt important	Peu important	Pas du tout important	Sans réponse
Possibilité de bénéficier de conseils ciblés par des membres de l'association	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Usage des réseaux sociaux pour l'échange d'expériences et de bonnes pratiques, et/ou pour exprimer ses besoins (forum, wiki, FB, Twitter, blog, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se voir proposer des actualités autour de la lecture publique et des bibliothèques scolaires (salons, conférences, rencontres, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Être informés automatiquement des activités de la CLP (nouvelles formations continues, voyages d'études, thématiques des groupes de travail, annonce de la tenue des Assemblées générales, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avoir accès à la documentation en ligne (rapports des groupes de travail, publications – normes, revue CLP Info -, pv des séances du Groupe romand, pv des Assemblées générales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-learning : pouvoir suivre une formation continue à distance en simultané (webcam avec possibilité d'interaction)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-learning : pouvoir suivre une formation continue à distance en différé (sans possibilité d'interaction)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*L'adhésion s'effectue à l'association nationale, elle implique l'adhésion au Groupe romand.

**[Q5.3] Quel(s) autre(s) facteur(s) vous conduirai(en)t à adhérer à la CLP ?\***

Veuillez écrire votre réponse ici :

\* Nous serions vraiment très intéressés à avoir vos commentaires, même en style télégraphique!

**[Q6] Quels sont les facteurs qui vous décourageraient quant à une adhésion potentielle à la CLP ? \***

Choisissez **toutes** les réponses qui conviennent :

- ☐ La barrière de la langue (parties de la revue CLP Info, du site et des Assemblées générales non traduites de l'allemand)
- ☐ L'éloignement géographique pour participer aux activités et bénéficier des prestations (formation de base, formations continues, groupes de travail, assemblées, séances)
- ☐ Le manque d'interactions via des outils du web 2.0
- ☐ Mon institution est déjà membre collectif
- ☐ Aucun
- ☐ Autre:

**[Q7] Avez-vous été membre de la CLP par le passé ? \***

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Oui, en tant que membre individuel
- ☐ Non, mais ma bibliothèque est actuellement membre collectif
- ☐ Non, mais ma bibliothèque était par le passé membre collectif
- ☐ Non, ni moi, ni ma bibliothèque n'avons été membres

**[Q7.1] Si vous avez été membre individuel par le passé, pour quelles raisons n'avez-vous pas renouvelé votre adhésion ?\***

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

La réponse était 'Oui, en tant que membre individuel' à la question [Q7]

Veuillez écrire votre réponse ici :

\* Nous serions vraiment très intéressés à avoir vos commentaires, même en style télégraphique!

**Votre profil**

**[Q8] Dans quel canton la bibliothèque dans laquelle vous travaillez se situe-t-elle ? \***

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Berne
- ☐ Fribourg
- ☐ Genève
- ☐ Jura
- ☐ Neuchâtel
- ☐ Valais
- ☐ Vaud

**[Q9] Dans quel type de bibliothèque travaillez-vous ? \***

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Bibliothèque scolaire
- ☐ Bibliothèque municipale/communale
- ☐ Bibliothèque communale et scolaire
- ☐ Bibliothèque régionale
- ☐ Bibliobus
- ☐ Autre

**[Q10] A quel type de public votre bibliothèque s'adresse-t-elle principalement ? \***

Choisissez **toutes** les réponses qui conviennent :



- ☐ Enfant (jusqu'à 11 ans inclus)
- ☐ Adolescent (de 12 ans à 16 ans inclus)
- ☐ Adulte (à partir de 17 ans)
- ☐ Sans réponse

**[Q11] Quelle est l'importance de votre bibliothèque en termes d'équivalent temps plein (ETP) ? \***

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Moins d'un ETP
- ☐ De 1 à 2 ETP
- ☐ De 3 à 5 ETP
- ☐ Plus de 5 ETP
- ☐ Sans réponse

**[Q12] Quelle est l'importance de votre bibliothèque en termes de nombre de documents ? \***

Veuillez sélectionner **une seule** des propositions suivantes :

- ☐ Moins de 1'000 documents
- ☐ De 1'000 à 5'000 documents
- ☐ De 5'001 à 20'000 documents
- ☐ De 20'001 à 35'000 documents
- ☐ De 35'001 à 50'000 documents
- ☐ Plus de 50'000 documents
- ☐ Sans réponse

**[Q13] Quelle est votre formation en information documentaire (ci-après ID) ? \***

Choisissez **toutes** les réponses qui conviennent :

- ☐ Formation de base CLP
- ☐ Diplôme ABS/BBS/EBG/ESID
- ☐ CFC AID
- ☐ Diplôme HES en ID
- ☐ Diplôme universitaire en ID (y inclus CESID)
- ☐ Je n'ai pas de formation dans le domaine ID
- ☐ Autre:

<b>Tribune libre</b>
----------------------

**[Q14] Quel est le premier mot qui vous vient à l'esprit quand vous pensez « association professionnelle » ?\***

Veuillez écrire votre réponse ici :

\* Nous serions vraiment très intéressés par le mot qui vous vient à l'esprit!

**[Q15] Avez-vous des suggestions et/ou des remarques à faire à la CLP ?\***

Veuillez écrire votre réponse ici :

\* Nous serions vraiment très intéressés à avoir vos commentaires, même en style télégraphique!

### Annexe 3 : Tri à plat

Nombre d'enregistrement(s) pour cette requête :	192	
Nombre total d'enregistrements pour ce questionnaire :	192	
Pourcentage du total :	100.00%	
Résumé du champ pour Q1		
Partant du constat que notre environnement professionnel requiert de notre part une adaptation permanente, pourriez-vous identifier parmi ces moyens ceux (au maximum 3) que vous privilégiez pour vous adapter à l'évolution de votre bibliothèque ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Autoformation (y compris lectures professionnelles et informations professionnelles librement accessibles sur le web)	125	65.1%
Formation continue	149	77.6%
Échanges informels avec des collègues (sous forme de débats d'opinions, de théories, de retours d'expérience, etc. quel que soit le canal)	151	78.7%
Participation à des colloques	24	12.5%
Participation à des groupes de travail	57	29.7%
Aucun	2	1.0%
Autre	4	2.1%
Résumé du champ pour Q2		
Les moyens mentionnés à la question Q1 vous permettent-ils de combler vos besoins en matière d'adaptation à l'évolution de votre bibliothèque ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	73	38.4%
Non	6	3.2%
En partie	109	57.4%
Sans réponse	2	1.1%
Résumé du champ pour Q3		
Êtes-vous membre d'une association professionnelle ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
AAID (Association des Agent(e)s et des Assistant(e)s en Information Documentaire)	7	3.7%
ABF (Association des bibliothèques fribourgeoises)	8	4.2%
AGBD (Association genevoise des bibliothécaires et professionnels diplômés en information documentaire)	18	9.4%
AIFBD (Association internationale francophone des bibliothécaires documentalistes)	2	1.0%
AJB (Association jurassienne de bibliothécaires)	8	4.2%
AROLE (Association romande de littérature pour l'enfance et la jeunesse)	16	8.3%
BIS (Bibliothèque information suisse)	25	13.0%
GRBV (Groupe régional des bibliothécaires vaudois)	10	5.2%
GVB (Groupement valaisan des bibliothèques)	20	10.4%
IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions)	1	0.5%
Je ne suis d'aucune association professionnelle	96	50.0%
Autre	14	7.3%

Résumé du champ pour Q3.1		
Si vous êtes membre d'une/de plusieurs association(s) professionnelle(s), à quels types de prestations et/ou actions offertes par votre/vos association(s) avez-vous fait appel au cours des 6 derniers mois ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Formation continue	40	20.8%
Groupe de travail	16	8.3%
Voyage d'étude	2	1.0%
Visite de bibliothèque	15	7.8%
Conférence	23	12.0%
Assemblée générale	31	16.2%
Publications	27	14.1%
Actualités proposées par le biais du site de votre association (newsletter, annonces de manifestations, flux RSS)	32	16.7%
Conseil	12	6.3%
Réseaux sociaux	13	6.8%
Aucun	24	12.5%
Autre	5	2.6%
Résumé du champ pour Q4		
Connaissez-vous le Groupe romand de la Communauté de travail des bibliothèques suisses de lecture publique et scolaires (CLP) ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui, je connais le Groupe romand de la CLP, mais ne savais pas qu'il dépend d'une association nationale (CLP)	44	22.9%
Oui, je connais le Groupe romand de la CLP et l'association nationale dont il dépend	106	55.2%
Non, je ne connais pas le Groupe romand, mais connais l'association nationale (CLP)	16	8.3%
Non, je ne connais pas la CLP	26	13.5%
Résumé du champ pour Q4.1		
Si vous connaissez la CLP, par quel biais en avez-vous entendu parler ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Par le bouche à oreille	50	26.0%
Par le site web	18	9.4%
Par la liste de diffusion Swiss-lib	36	18.8%
Par l'association BIS	10	5.2%
Lors de ma formation	114	59.4%
Autre	19	9.9%
Résumé du champ pour Q4.2(1)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Fédératrice : elle favorise la collaboration entre ses membres]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	41	24.7%
Plutôt d'accord	70	42.2%
Plutôt pas d'accord	15	9.0%
Pas du tout d'accord	1	0.6%
Sans avis	39	23.5%

Résumé du champ pour Q4.2(2)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Proactive : elle aide au développement des compétences professionnelles]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	73	44.0%
Plutôt d'accord	66	39.8%
Plutôt pas d'accord	5	3.0%
Pas du tout d'accord	1	0.6%
Sans avis	21	12.7%
Résumé du champ pour Q4.2(3)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Dynamique : elle offre des services en lien direct avec l'actualité de la lecture publique]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	60	36.1%
Plutôt d'accord	72	43.4%
Plutôt pas d'accord	8	4.8%
Pas du tout d'accord	1	0.6%
Sans avis	25	15.1%
Résumé du champ pour Q4.2(4)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Dynamique : elle offre des services en lien direct avec l'actualité des bibliothèques scolaires]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	30	18.1%
Plutôt d'accord	65	39.2%
Plutôt pas d'accord	13	7.8%
Pas du tout d'accord	2	1.2%
Sans avis	56	33.7%
Résumé du champ pour Q4.2(5)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Fiable : elle propose des aides concrètes et de qualité pour la gestion et l'organisation des bibliothèques]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	45	27.1%
Plutôt d'accord	69	41.6%
Plutôt pas d'accord	8	4.8%
Pas du tout d'accord	2	1.2%
Sans avis	42	25.3%

Résumé du champ pour Q4.2(6)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Transparente : elle communique efficacement sur ses projets et ses réalisations]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	31	18.7%
Plutôt d'accord	61	36.8%
Plutôt pas d'accord	19	11.5%
Pas du tout d'accord	1	0.6%
Sans avis	54	32.5%
Résumé du champ pour Q4.2(7)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Transparente : elle communique ouvertement sur ses objectifs, son fonctionnement et ses ressources]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	28	16.9%
Plutôt d'accord	52	31.3%
Plutôt pas d'accord	18	10.8%
Pas du tout d'accord	2	1.2%
Sans avis	66	39.8%
Résumé du champ pour Q4.2(8)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Porte-drapeau de la lecture publique : elle exerce un lobbying auprès des pouvoirs publics et de l'opinion publique pour la lecture publique]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	24	14.5%
Plutôt d'accord	43	25.9%
Plutôt pas d'accord	19	11.5%
Pas du tout d'accord	4	2.4%
Sans avis	76	45.8%
Résumé du champ pour Q4.2(9)		
Si vous connaissez la CLP (Groupe romand et/ou association nationale CLP) quelle image en avez-vous ?		
[Porte-drapeau des bibliothèques scolaires : elle exerce un lobbying auprès des pouvoirs publics et de l'opinion publique pour les bibliothèques scolaires]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Tout à fait d'accord	18	10.8%
Plutôt d'accord	28	16.9%
Plutôt pas d'accord	20	12.1%
Pas du tout d'accord	10	6.0%
Sans avis	90	54.2%

Résumé du champ pour Q5(1)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ?		
Q5.1 Facteurs dits "endogènes" :		
[Soutien financier de la direction/tutelle pour l'adhésion]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	42	21.9%
Plutôt important	59	30.7%
Peu important	34	17.7%
Pas du tout important	16	8.3%
Sans réponse	41	21.4%
Résumé du champ pour Q5(2)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ?		
Q5.1 Facteurs dits "endogènes" :		
[Soutien financier de la direction/tutelle pour la formation continue et les frais annexes (déplacements, collations)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	71	37.0%
Plutôt important	70	36.5%
Peu important	10	5.2%
Pas du tout important	11	5.7%
Sans réponse	30	15.6%
Résumé du champ pour Q5(3)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ?		
Q5.1 Facteurs dits "endogènes" :		
[Possibilité de faire de la formation continue pendant son temps de travail]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	87	45.3%
Plutôt important	60	31.3%
Peu important	14	7.3%
Pas du tout important	4	2.1%
Sans réponse	27	14.1%
Résumé du champ pour Q5(1)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ?		
Q5.2 Facteurs dits "exogènes" :		
[Possibilité de bénéficier de conseils ciblés par des membres de l'association]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	46	24.0%
Plutôt important	93	48.4%
Peu important	28	14.6%
Pas du tout important	5	2.6%
Sans réponse	20	10.4%

Résumé du champ pour Q5(2)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ? Q5.2 Facteurs dits "exogènes" : [Usage des réseaux sociaux pour l'échange d'expériences et de bonnes pratiques, et/ou pour exprimer ses besoins (forum, wiki, FB, Twitter, blog, etc.)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	36	18.8%
Plutôt important	84	43.8%
Peu important	43	22.4%
Pas du tout important	12	6.3%
Sans réponse	17	8.9%
Résumé du champ pour Q5(3)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ? Q5.2 Facteurs dits "exogènes" : [Se voir proposer des actualités autour de la lecture publique et des bibliothèques scolaires (salons, conférences, rencontres, etc.)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	69	35.9%
Plutôt important	92	47.9%
Peu important	21	10.9%
Pas du tout important	2	1.0%
Sans réponse	8	4.2%
Résumé du champ pour Q5(4)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ? Q5.2 Facteurs dits "exogènes" : [Être informés automatiquement des activités de la CLP (nouvelles formations continues, voyages d'études, thématiques des groupes de travail, annonce de la tenue des Assemblées générales, etc.)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	63	32.8%
Plutôt important	77	40.1%
Peu important	37	19.3%
Pas du tout important	3	1.6%
Sans réponse	12	6.3%
Résumé du champ pour Q5(5)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ? Q5.2 Facteurs dits "exogènes" : [Avoir accès à la documentation en ligne (rapports des groupes de travail, publications – normes, revue CLP Info -, pv des séances du Groupe romand, pv des Assemblées générales)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	73	38.0%
Plutôt important	86	44.8%
Peu important	22	11.5%
Pas du tout important	1	0.5%
Sans réponse	10	5.2%

Résumé du champ pour Q5(6)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ?		
Q5.2 Facteurs dits "exogènes" :		
[E-learning : pouvoir suivre une formation continue à distance en simultanée (webcam avec possibilité d'interaction)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	35	18.2%
Plutôt important	62	32.3%
Peu important	55	28.7%
Pas du tout important	15	7.8%
Sans réponse	25	13.0%
Résumé du champ pour Q5(7)		
Quels sont les facteurs qui vous amèneraient à adhérer à la CLP* ?		
Q5.2 Facteurs dits "exogènes" :		
[E-learning : pouvoir suivre une formation continue à distance en différé (sans possibilité d'interaction)]		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Très important	39	20.3%
Plutôt important	74	38.5%
Peu important	42	21.9%
Pas du tout important	14	7.3%
Sans réponse	23	12.0%
Résumé du champ pour Q5.3		
Quel(s) autre(s) facteur(s) vous conduirai(en)t à adhérer à la CLP ?*		
Réponse	50	26.0%
Sans réponse	142	74.0%
Résumé du champ pour Q6		
Quels sont les facteurs qui vous décourageraient quant à une adhésion potentielle à la CLP ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
La barrière de la langue (parties de la revue CLP Info, du site et des Assemblées générales non traduites de l'allemand)	113	58.9%
L'éloignement géographique pour participer aux activités et bénéficier des prestations (formation de base, formations continues, groupes de travail, assemblées, séances)	107	55.7%
Le manque d'interactions via des outils du web 2.0	25	13.0%
Mon institution est déjà membre collectif	85	44.3%
Aucun	20	10.4%
Autre	8	4.2%
Résumé du champ pour Q7		
Avez-vous été membre de la CLP par le passé ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui, en tant que membre individuel	7	3.7%
Non, mais ma bibliothèque est actuellement membre collectif	118	61.5%
Non, mais ma bibliothèque était par le passé membre collectif	9	4.7%
Non, ni moi, ni ma bibliothèque n'avons été membres	58	30.2%



Résumé du champ pour Q7.1		
Si vous avez été membre individuel par le passé, pour quelles raisons n'avez-vous pas renouvelé votre adhésion ?*		
Réponse	6	85.7%
Sans réponse	1	14.3%
Résumé du champ pour Q8		
Dans quel canton la bibliothèque dans laquelle vous travaillez se situe-t-elle ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Berne	14	7.3%
Fribourg	16	8.3%
Genève	55	28.7%
Jura	6	3.1%
Neuchâtel	16	8.3%
Valais	30	15.6%
Vaud	55	28.7%
Résumé du champ pour Q9		
Dans quel type de bibliothèque travaillez-vous ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Bibliothèque scolaire	55	28.7%
Bibliothèque municipale/communale	70	36.5%
Bibliothèque communale et scolaire	43	22.4%
Bibliothèque régionale	6	3.1%
Bibliobus	3	1.6%
Autre	15	7.8%
Résumé du champ pour Q10		
A quel type de public votre bibliothèque s'adresse-t-elle principalement ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Enfant (jusqu'à 11 ans inclus)	121	63.0%
Adolescent (de 12 ans à 16 ans inclus)	141	73.4%
Adulte (à partir de 17 ans)	150	78.1%
Sans réponse	3	1.6%
Résumé du champ pour Q11		
Quelle est l'importance de votre bibliothèque en termes d'équivalent temps plein (ETP) ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins d'un ETP	55	28.7%
De 1 à 2 ETP	45	23.4%
De 3 à 5 ETP	25	13.0%
Plus de 5 ETP	58	30.2%
Sans réponse	9	4.7%

Résumé du champ pour Q12		
Quelle est l'importance de votre bibliothèque en termes de nombre de documents ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins de 1'000 documents	0	0.0%
De 1'000 à 5'000 documents	20	10.4%
De 5'001 à 20'000 documents	71	37.0%
De 20'001 à 35'000 documents	30	15.6%
De 35'001 à 50'000 documents	13	6.8%
Plus de 50'000 documents	52	27.1%
Sans réponse	6	3.1%
Résumé du champ pour Q13		
Quelle est votre formation en information documentaire (ci-après ID) ?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Formation de base CLP	38	19.8%
Diplôme ABS/BBS/EBG/ESID	45	23.4%
CFC AID	26	13.5%
Diplôme HES en ID	45	23.4%
Diplôme universitaire en ID (y inclus CESID)	12	6.3%
Je n'ai pas de formation dans le domaine ID	28	14.6%
Autre	21	10.9%
Résumé du champ pour Q14		
Quel est le premier mot qui vous vient à l'esprit quand vous pensez « association professionnelle » ?*		
Réponse	155	80.7%
Sans réponse	37	19.3%
Résumé du champ pour Q15		
Avez-vous des suggestions et/ou des remarques à faire à la CLP ?*		
Réponse	45	23.4%
Sans réponse	147	76.6%

## Rubriques « Autre »<sup>21</sup>

Q1 : Partant du constat que notre environnement professionnel requiert de notre part une adaptation permanente, pourriez-vous identifier parmi ces moyens ceux (au maximum 3) que vous privilégiez pour vous adapter à l'évolution de votre bibliothèque ?

Rubrique « Autre » :

- Cours officiel organisé par le DIP du canton de Berne dans les années 80
- Etudes à la HEG en tant qu'étudiante en bachelor
- Formation BVE 2014
- Je suivrais bien volontiers une formation de base, mais sans devoir y investir des milliers de francs et des centaines d'heures.

Q3 : Etes-vous membre d'une association professionnelle ?

Rubrique « Autre » :

- ADM (Arbeitsgemeinschaft Deutschschweizer Mittelschulmediotheken)
- AILIS
- CILIP
- CLP (à la Q7 a répondu « non, mais ma bibliothèque est membre collectif »)
- CLP + Bibliovald (à la Q7 a répondu « non, mais ma bibliothèque est membre collectif »)
- GLEBS (Groupement Bibliothèques Scolaires Lausanne et environs)
- impressum (association professionnelle de journalistes de Suisse et de la Principauté du Liechtenstein)
- Interbiblio
- Je n'en ressens pas la nécessité, petite structure scolaire
- Je suis membre par le biais de la bibliothèque communale de Crissier
- Ma bibliothèque est membre collectif de plusieurs associations professionnelles
- Médiathèque VS
- SIKJM
- VSA-AAS

Q3.1 : Si vous êtes membre d'une/de plusieurs association(s) professionnelle(s), à quels types de prestations et/ou actions offertes par votre/vos association(s) avez-vous fait appel au cours des 6 derniers mois ?

Rubrique « Autre » :

- Formation mais sans être membre
- Réduction pour congrès IFLA
- Séance (discussion autour d'un thème, échanges)
- Table ronde
- Ville de Genève

---

<sup>21</sup> N.B. : Il a été effectué un tri alphabétique croissant sur les réponses de la rubrique « Autre ». L'orthographe et la ponctuation ont été rectifiées lorsque cela s'est avéré nécessaire.

Q4.1 : Si vous connaissez la CLP, par quel biais en avez-vous entendu parler ?

Rubrique « Autre » :

- -
- Bibliomedia
- Bibliomedia
- Bibliothèque membre de la CLP
- Bibliothèque municipale de Genève
- Collègue
- Formation continue
- Journal papier
- Lors d'un stage pré-HES
- Mes collègues
- Mes collègues
- Par Bibliomedia
- Par la bibliothèque
- Par la cotisation que la biblio paie
- Par le travail
- Par leur catalogue de formation continue
- Par ma directrice qui en fait partie
- Par mon collègue
- Pour y avoir donné des cours

Q5.3 : Quel(s) autre(s) facteur(s) vous conduirai(en)t à adhérer à la CLP ?\*

Rubrique « Autre » :

- -
- Adhérer à une association qui favorise les bibliothèques de lecture publique
- Aide et soutien concret dans les lieux de travail, soutien ciblé
- Aucun, déjà membre.
- Aucun.
- Avoir plus de temps... (et de volonté, mais surtout le temps)
- Avoir un peu plus de temps...
- Comme dit précédemment, je travaille dans une structure scolaire minime qui ne réclame pas l'aide du CLP
- Comme je suis responsable d'une biblio scolaire qui est déjà inscrite en tant qu'institution, je n'ai pas de réel avantage à m'inscrire personnellement.
- Comme la bibliothèque est déjà inscrite, je ne vois pas l'utilité d'être membre à titre individuel
- Comme l'institution est membre, j'ai pu profiter des prestations et j'en suis satisfaite
- Commencer la formation AID par le biais de l'article 32. Projet en étude mais pas encore finalisé par la CLP et la HES
- Connaître les tenants et aboutissants des propositions et voir si cela correspond avec mon profil et mon avenir professionnel

- Cotisation professionnelle payée par l'employeur
- Des rencontres internationales au niveau lecture publique, par ex. avec la France qui a un temps d'avance.
- Donner du sens aux 88h annuelles qui sont attribuées dans mon collège de 250 élèves pour gérer la bibliothèque. Donner les moyens d'atteindre un niveau de qualité correct dans ces conditions.
- Du temps disponible pour être un membre actif et non pas simplement payer la cotisation et ne pas participer autrement
- Echange d'expériences
- Etant seule à faire tourner la biblio, je n'ai jamais eu le temps ni les moyens de m'intéresser à la question.
- Étendre mon réseau professionnel
- Etre informé par la responsable de la biblio des activités de la CLP2. être convaincu du dynamisme de la CLP3 formation continue, réflexions-groupes de travail
- Faire partie d'un "groupe" échanger ses expériences, se sentir soutenu
- Formations, cours, conférence, colloques, ... qui aient lieu dans d'autre villes de Suisse Romande
- Groupe de travail sur les non-books (CD DVD) dans les bibliothèques
- Je refuse d'adhérer à la CLP tant qu'elle continuera à former des gens au détriment de l'apprentissage d'agent en Information Documentaire.
- Je souhaiterais la CLP connaisse et reconnaisse les formations effectuées en dehors de la Suisse (DUT en Documentation d'entreprise et Licence professionnelle en gestion de l'information pour la France, par exemple)
- Je suis seulement aide-bibliothécaire et je m'occupe uniquement des Acquisitions des documentaires imprimés et pour l'heure je ne vois pas vraiment ce qui pourrait me faire adhérer à la CLP dans le cadre de mon travail. Mais cela pourrait changer ...
- Je travaille à 50%. J'ai un choix drastique à faire quant à mes adhésions à divers groupes, professionnels et privés d'ailleurs. C'est pourquoi j'ai choisi l'adhésion à la CLP de la bibliothèque!!!
- Je travaille à la bibliothèque sur mon temps libre en tant que bénévole, j'ai une formation en pédagogie et ne souhaite pas m'investir sur un plan associatif en plus de mon activité sur le terrain
- La bibliothèque est membre collectif. Pour l'instant cela nous paraît suffisant
- Le sentiment de participer à une REELLE évolution du métier !
- L'institution dans laquelle je travaille est membre ce qui permet de suivre des cours. Sur le site nous pouvons recevoir des infos, la brochure, elle est 70% en allemand... Une plateforme d'échange serait bénéfique tout comme un serveur institutionnel pour pouvoir déposer et échanger des idées d'animations.
- Mes intérêts professionnels.
- Ne pas être seule à travailler dans ma bibliothèque. En effet, si je suis absente, la bibliothèque scolaire dont je suis en charge, est fermée.
- Néant
- Notre bibliothèque est membre collectif, donc je ne vois pas l'utilité de devenir membre individuel
- Participer plus activement au développement de la lecture publique.
- plus de temps!

- Que l'association défende d'avantage les professionnels de l'information et de la documentation ! (notamment face à la mise en place de SCORE<sup>22</sup> !)
- Que le prix d'adhésion soit moins cher, que les sujets de formation continue touchent plus les bibliothèques scolaires, que la CLP propose des expositions, etc.
- Rencontres informel entre membres pour discuter sans forcément être en milieu professionnel.(diner, soirées)
- Renforcer la lecture publique, les contacts, mieux la faire connaître, lobbying.
- Revaloriser la formation CLP que j'ai suivie en 1997, (bien après ma formation de libraire datant de 1985 et mon travail en librairie par la suite), et 2 ans après mon engagement au sein des B.M. de Genève soit il y a 20 ans env.
- Rôle d'évaluation des compétences professionnelles
- Si mon employeur décidait de ne plus être membre collectif.
- Soutien à une Association professionnelle du domaine dans lequel je travaille
- Soutien de la part d'un organe supérieur, face aux autorités communales et à leurs difficultés à soutenir financièrement la bibliothèque scolaire et communale
- Soutien financier
- Une "présence" (ou plutôt un lobbying) plus efficace de la CLP dans les régions NE/JU
- Vous avez déjà tout proposé dans la question précédente! :-)

Q6 : Quels sont les facteurs qui vous décourageraient quant à une adhésion potentielle à la CLP ?

Rubrique « Autre » :

- Cotisation
- Financier
- Manque de reconnaissance de l'apprentissage
- Manque de temps et de ressources
- Manque d'intérêt
- Que les règles CLP pour le biblios scolaires ne soient pas appliquées dans le canton de Vaud (ce qui va être le cas). Plus généralement, une perte d'influence de la CLP au profit du Canton
- Temps partiel, et donc pas disponible
- Tjs le temps

Q7.1 : Si vous avez été membre individuel par le passé, pour quelles raisons n'avez-vous pas renouvelé votre adhésion ?\*

Rubrique « Autre » :

- CLP pas assez en rapport avec l'univers des biblios scolaires
- Ma bibliothèque est membre collectif
- Mon institution est membre collective ; je suis déjà membre individuel de mon association régionale (GVB) et suisse (BIS). C'est suffisant. Je varie les plaisirs.

---

<sup>22</sup> Projet SCORE (Système Compétences Rémunération Evaluation) de nouvelle politique salariale à l'Etat de Genève

- Paiement de cotisation et comme la bibliothèque est membre, j'ai les informations quand même
- Parce que mon institution l'était.
- Retraitée bénévole

Q9 : Dans quel type de bibliothèque travaillez-vous ?

Rubrique « Autre » :

- Association
- Bénévole
- Bibliobus régional
- Bibliomedia et enseignement
- Bibliothèque d'un Centre de Formation Professionnel
- Bibliothèque jeunesse
- Bibliothèque régionale et scolaire
- Bibliothèque villageoise
- Communale et régionale
- Institution cantonale à triple mission (scolaire, communale, spécialisée)
- Médiathèque
- Médiathèque Valais

Q13 : Quelle est votre formation en information documentaire (ci-après ID) ?

Rubrique « Autre » :

- Actuellement formation BVE 2014
- Apprentissage AID
- CAS en gestion de documentation et de bibliothèque
- CFC d'employé de commerce
- CGBD (Fribourg)
- Diplôme étranger
- Diplôme universitaire en lettres
- Diplômes français : DUT en Documentation d'Entreprise et Licence professionnelle en Gestion de l'information
- En cours d'apprentissage
- En cours de formation
- En train de passer mon diplôme HES en ID
- Je fais actuellement mon apprentissage en tant qu'AID (fin de première année)
- Libraire
- Libraire
- Libraire
- Libraire
- Libraire + expérience
- libraire et gestion culturelle (diplôme formation continue)
- Master
- MLS (master in Life Science)

- Universitaire

Q14 : Quel est le premier mot qui vous vient à l'esprit quand vous pensez « association professionnelle » ?\*

- (in)formation
- Administration !
- AG
- AGBD
- AGBD !
- Aide
- Aide
- Aide entre professionnels
- Aide, pour gagner du temps et trouver des infos ciblées prêtes à être utilisées.
- Aide, soutien, fédération, formation
- Appui
- Appui
- Assemblée générale, séance, membre, délégué, ...
- Assemblée générale... (bon, vous aviez dit le premier qui vient à l'esprit !)
- Aucun mot ne me vient spontanément à l'esprit !
- Avantages
- Chronophage
- CLP
- Collaboration
- Collaboration
- COLLABORATION
- Collaboration
- Collaboration
- Collaboration
- Collaboration
- Collaboration
- Collaboration
- Collaboration, formation continue, retour d'expérience
- Collégialité
- Collègues
- Colloque
- Concrètement, elles servent à quoi déjà-
- Connaissance
- Contacts
- Contrainte
- Coordination des principes, actions et missions.
- Corporation
- Corporatisme
- Cotisations
- Cotisations
- Défend les intérêts de la branche



- Défendre ses intérêts (même si ça fait 3 mots;-)
- Défense
- Défense des intérêts professionnels
- Défense des intérêts d'une corporation
- DIPLÔME
- Echange
- Echange
- Echange
- Echange
- Echange
- Echange
- Echange
- Echange d'expérience
- Echange, soutien
- Échanger information
- Echanges
- Echanges
- Échanges
- Echanges
- Echanges
- Echanges
- Echanges et collaborations
- Emulation
- En Suisse il y a trop d'associations professionnelles de personnes du métier du livre...
- Ennui
- Ennui, manque de connexion avec la société, son évolution
- Ennuis
- Entité collective regroupant des membres unis de mêmes domaines professionnels pour débattre, valoriser, uniformiser et actualiser la formation et défendre la profession en général.
- Entraide
- Entraide
- Entraide
- Erudit
- Favoriser
- Force
- Formation
- Formation
- Formation
- Formation
- Formation
- Formation continue
- Formation continue
- Formation continue
- Formation continue

- Formation continue
- Formation continue
- Formation continue
- Formation continue
- Formation professionnelle
- Groupe de travail / penser ensemble
- Groupe qui défend les intérêts d'une profession
- Groupement
- GVB
- Il y en a 2 qui surgissent : échange et soutien
- Il y en a trop
- Information
- information
- Information
- Interactivité
- Intéressant
- Lecture
- Lobby
- Lobbying
- Lobbying
- Mise en commun - force
- Naphtaline
- Nécessaire
- Nouveauté
- Ouverture
- Partage
- Partage
- Partage
- PARTAGE !
- Partage de compétences
- Partage des idées, soutien, échanges pertinents
- Partage et soutien
- Partage, évolution
- Patronat
- Prêche
- Protection
- Réflexion commune
- Rencontre
- Rencontre-échange et formation continue
- Représentation et défense des métiers
- Réseautage
- Réseau
- Réseau
- Réseau
- Réseau
- Réseautage

- Responsabilité
- Ressource
- Ressource
- Ressources
- Rien ne me vient à l'esprit immédiatement
- Séances
- Solidarité
- Solidarité
- Soutien
- Soutien
- Soutien
- Soutien
- Soutien en général et formation continue
- Soutient
- Syndicat
- Syndicat
- Syndicat
- Syndicat
- Syndicat
- Temps
- Temps à disposition
- Thérapie de groupe
- Unité

Q15 : Avez-vous des suggestions et/ou des remarques à faire à la CLP ?\*

- -
- Avancer dans le projet AID par le biais de l'art.32
- Bon programme de formation continue. Bravo et merci
- Bon vent et merci pour votre travail
- Continuer à proposer des cours de formations continues proposer des animations (contacts à prendre)
- Continuer à proposer des cours de qualité reflétant les problèmes actuels rencontrés dans les bibliothèques de lecture publique. Merci pour le travail accompli
- Continuez à proposer de bonnes formations continues. Merci
- Envoyer le programme de formation continue à tous les centres I+D. Beaucoup d'offres intéressantes, mais peu de publicité
- Etre vraiment pionnier dans toutes les nouveautés au niveau lecture publique, être un relais de tout ce qui se fait à l'étranger pour que l'on ne soit pas toujours à la traîne...
- Faire un même cours à différents endroits géographique.
- Harmoniser les formations et les pratiques professionnelles pour toute la Suisse, spécifiquement entre le Suisse romande et la Suisse alémanique. Fixer des barèmes nationaux de salaire dans la lecture publique
- Il faut soutenir les bibliothèques scolaires. Pour cela il faut défendre les professionnels qui y travaillent.

- Intégrer plus de langue française
- Je ne la connais pas assez pour en donner des suggestions ou bien pour écrire des remarques.
- Je suis un cours chaque année pour ma formation continue et à chaque fois ce cours m'est très utile dans ma pratique.
- Je trouve scandaleux de former des gens non qualifiés à travailler en bibliothèque au détriment des personnes ayant fait l'apprentissage. Cela encourage les entreprises à embaucher des gens non formés (au hasard libraire) et à imaginer qu'il suffit de quelques cours pour en faire des AID. N'y a-t-il pas suffisamment d'AID au chômage-
- Manque de reconnaissance du diplôme au niveau cantonal
- Merci de votre travail, continuer à soutenir la formation de base pour les petites bibliothèque.
- Néant
- Non
- Non
- NON
- Non
- Non
- Non
- Non, désolée...
- Non, en raison de mon ignorance !!
- Non.
- Nous, bibliothécaires scolaires, sommes des personnes aimant faire découvrir les livres aux enfants mais notre job c'est du bénévolat. Nous aimerions en faire plus mais on ne nous soutient pas et notre travail ne peut être reconnu en ces temps de vaches maigres. Heureusement qu'on aime ce qu'on fait parce qu'il n'y aurait plus de bibliothèques scolaires si on voulait être payé aux nombres d'heures qu'on donne. (prêt, clubs de lecture, animations, ...
- Organiser des rencontres de bibliothécaires à plus grande échelle. Conférence ou atelier/discussion. Sur des thématiques précises. Etre plus impliqué dans les médias : promotion et information sur les bibliothèques (pas le métier de bibliothécaire).
- Pas pour le moment
- Peut-être plus d'exemples concrets et moins de théorie lors des différentes formations continues seraient bienvenus
- Plus d'article en français
- Qu'elle poursuive son travail pour les personnes qui se trouvent dans des bibliothèques importantes...
- Question graphique, le site internet pourrait être plus attrayant (notamment ses photos en couleurs par ex.) et de forme moins formelle, plus sympathique.
- Rajeunir le "J'organise ma bibliothèque"
- Réalité du terrain souvent très différente de la théorie suivie en cours, donc difficile de mettre en application dans sa bibliothèque, bien que le cours soit intéressant.
- Se mettre totalement au service des bibliothèques et non de l'état
- Site Internet à améliorer.
- Soyez plus présent et plus moderne ! Il faut suivre l'évolution des technologies et s'adapter aux besoins des nouveaux publics (comme les bibliothèques le font)
- Superbe choix de cours, Bravo. ;-)

- SVP, continuez votre démarche qui est très qualitative et merci !
- Très utile ! Continuez comme cela !
- Une information individuelle
- Utilisation des réseaux sociaux pour diffuser les informations.